مدى انتباه السمكة الحمراء: 8 ثوان

برونو باتينو

حضارة السمكة الحمراء



ترجمة وتقديم

د. مصطفى حجازي



مدى انتباه جيل الأجهزة الرقمية: 9 ثوان

برونو باتينو

حضارة السمكة الحمراء

برونو باتينو

حضارة السمكة الحمراء

مقالة حول سوق الانتباه

ترجمة وتقديم

د. مصطفى حجازي



الكتاب
حضارة السمكة الحمراء
تأليف
برونو باتينو
ترجمة
د. مصطفى حجازي
الطبعة
الأولى، 2021
الترقيم الدولي:
ISBN: 978-9953-68-971-5

الناشر
المركز الثقافي العربي
الدار البيضاء ـ المغرب
ص.ب: 4006 (سيدنا)
42 الشارع الملكي (الأحباس)
هاتف: 0522 303339 ـ 0522 307651
فاكس: 305726 522 212+
Email: markaz.casablanca@gmail.com
بيروت ـ لبنان
ص.ب: 113 ـ 5158 الحمراء
شارع جاندارك ـ بناية المقدسي
هاتف: 750507 01 ـ 352826 01
فاكس: 343701 1 961+
Email: cca_casa_bey@yahoo.com

العنوان الأصلي للكتاب:
Bruno Patino
La civilisation
du poisson rouge

إلى ماري وإلى سارة

وكأنّ هناك مُعَلِّماً.

جوانغ زي

آخر شيء أتذكّره، أنني كنت أركض بحثاً عن الباب
كان عليّ أن أجد الممر عائداً إلى المكان الذي كنت فيه سابقاً
اهْدَأْ، قال الحارس الليلي، فنحن مبرمجون لأن نَسْتَقْبل
يمكنك أن تطلب المغادرة أي وقت تشاء، إلا أنك لن تستطيع المغادرة أبداً.

إيغلز، أغنية فندق كاليفورنيا

إنه الاقتصاد أيها الأحمق!

بيل كلينتون

إذا كنت ترى كل شيء رمادياً، حرّكِ الفيل.

مثل هندي

فهرست الموضوعات

مقدمة المترجم

يندرج هذا العمل صغير الحجم وعميق الدلالة والكشف، ضمن التيار النقدي لتقنيات الاتصال والتواصل الاجتماعي، والذي أخذ يتنامى في العقد الثاني من القرن الحادي والعشرين. فبعد مرحلة طوباوية البدايات، في تسعينيات القرن العشرين، التي ميّزَت الآباء المؤسسين لتقنيات الاتصال هذه، حيث كان الأمل كبيراً في إقامة منظومات تواصل كوني تصل إلى الجميع ويستفيد منها الجميع في مناخ من حرية التبادل والتشارك في نشر المعرفة، ووصولاً إلى تأسيس نهضة بشرية فعلية من الشراكة الإنسانية والذكاء الجمعي، بعد هذه الطموحات بدأت تتجلى شيئاً فشيئاً سلبيات هيمنة تقنيات الاتصال والتواصل على حياتنا. إذ تحولت إلى أن أخذت المستخدمين لها رهائن دافعة إياهم إلى الإدمان، في عملية قرصنة للأدمغة (Brain hacking)، وتحويلهم إلى سجناء للشاشة على مدى ساعات اليوم، كما تحوّلَ مشروع البداية الطوباوي للشراكة الإنسانية في المعلومات والمعرفة إلى مشروع ربحي للعمالقة الخمسة الذين يمتلكون هذه التقنيات ويرأسون مجالس إدارتها، من خلال تخزين أكبر قدر من بيانات المستخدمين واستغلالها إعلانياً وتجارياً وأمنياً، وهو استغلال لمليارات البشر ويدرُّ سنوياً مليارات طائلة لهؤلاء العمالقة.

تتمثل قيمة هذا العمل النقدي الكاشف في كون المؤلف برونو باتينو صحافي متمهن، يشغل منصب عميد مدرسة الصحافة في كلية العلوم السياسية في باريس، وهو في الآن عينه مدير التحرير في محطة ARTE الثقافية في فرنسا. وأهم من ذلك أنه يمارس تحليله النقدي من داخل منظومة تقنية الاتصالات هذه حيث شارك كصحافي، منذ بداياتها، في هذا الحلم الطوباوي لتعميم الإعلام والمعرفة الكونية التشاركية بفاعلية وحماس كبيرّين. ولكنه اصطدم وأمثاله من المؤسسين الطوباويين بتحول هذه التقنيات تدريجياً إلى مشروع ربحي أُطلِقَ عليه تسمية «الرأسمالية الرقمية» التي أخذت تحل تدريجياً محل الرأسمالية الصناعية. وهكذا تحول المشروع الثقافي الأولي إلى مشروع هيمنة متزايدة على مستخدمي المنصات وشاشاتها، ومراكمة بياناتهم واستغلالها لأغراض الربح المالي الخرافي، من حيث حجم الثروات المتزايدة سنوياً لعمالقة وسائل التواصل الرقمية.

تندرج وسائل التواصل هذه تقنياً ضمن ما يعرف بالثورة الصناعية الرابعة، أو الثورة الرقمية، كما أنها تمثل أحد أبرز مكوناتها. ونزيد فنقول إنها تندرج ضمن حضارة جديدة بازغة هي «الحضارة الرقمية» (Civilisation numérique).

يقول كلاوس شواب، مؤسس منتدى بافوس الاقتصادي ورئيسه، إن البشرية مرّت خلال تطورها بثورات أربع. تَمَثَّلَ أولها في اكتشاف الآلات البخارية التي حلت محل الطاقة البشرية والحيوانية في الزراعة والإنتاج. ومعها تمّ اختراع السكك الحديدية والآلات البخارية التي تدير المصانع وتحرّك السفن العملاقة التي

حلت محل السفن الشراعية وأحدثت نقلة كبرى في النقل البحري. أما السكك الحديدية فلقد أحدثت تحولاً كبيراً في حركة النقل البري وربطت المناطق المتباعدة بعضها بالبعض الآخر، وأدت إلى نشوء المدن الكبرى على خطوط القطارات، وما حملته من ثورة في التبادل التجاري بين المناطق.

أما الثانية فتمثلت باختراع الكهرباء وما أحدثته من تحولات معروفة في الحياة الإنتاجية والمدنية وأنماط الحياة. ثورة اختراع الكهرباء هذه تشكّلُ مرتكز الثورتَين التاليتَين، إذ من دونها لم يكن ممكناً قيام كل من اختراع الحاسوب والثورة الرقمية اللذين يقومان على استهلاك الطاقة الكهربائية ويستهلكان مقادير كبيرة منها.

تمثلت الثورة الصناعية الثالثة باختراع الحاسوب الذي عرف منذ بداياته في الستينيات وإلى الآن قفزات هائلة من حيث تطور قوته وقدراته الحاسوبية وصولاً إلى الحواسيب العملاقة القادرة على إجراء تريليون عملية حسابية في الثانية الواحدة، ووصولاً إلى التعلّم الذاتي أو ما يعرف بالذكاء الاصطناعي (AI) الذي شكّل نقلة نوعية على هذا الصعيد. ومن نافل القول التذكير بأن الحواسيب فائقة القدرة أصبحت تتحكم بكل فعاليات حياتنا، وفي مختلف مجالاتها، إنتاجاً وإدارةً وتبادلاً وتواصلاً. أرسى الحاسوب المرتكزات التقنية للحضارة الرقمية الجديدة التي تلجها البشرية راهناً.

وأما الثورة الصناعية الرابعة فهي الثورة الرقمية. وهي بدورها بصدد إدخال البشرية في مرحلة جديدة ومتجاوزة نوعياً لما سبقها، أي الثورة الصناعية المعروفة وحضارة الحداثة المميزة لها، على صُعُد تنظيم الإنتاج وإدارته والاستهلاك والأسواق التجارية والمالية،

والحياة المدنية ومؤسّساتها ومنظوماتها وتشريعاتها. الثورة الرقمية هي قوام ثورة ما بعد الحداثة، وهي بصدد تغيير يشكل تحولاً نوعياً هائلاً على صُعُد الإنتاج والمؤسسات والعلاقات، وخصوصاً على صعيد مفهوم الإنسان ذاته. إذ أخذ العلماء يتحدثون عن التحول من الإنسان العاقل (Homo sapiens)، الذي يتصف به نوعنا البشري خلال تطوره الطبيعي المديد، إلى الإنسان الرقمي (Homo numericus). ومن تطور طبيعي للإنسان خلال عشرات آلاف السنين إلى تطور من صنع الإنسان ذاته خلال عشرات السنين. فما سيكون عليه حال أولاد أحفادنا وأحفادهم سوف يختلف نوعياً عن حالنا على جميع الصعد (جسدياً وعقلياً وسلوكياً). تمثل تقنية المعلومات والاتصال على اختلافها (غوغل، فيسبوك وأخواتهما) مكوّناً رئيساً من مكونات الثورة الصناعية الرابعة. ويضاف إليها كل من ثورة الهندسة الوراثية وثورة العلوم العصبية المعرفية، وثورة تقنيات النانو (Nano)(*)، وثورة الروبوتات.

تندمج الحواسيب فائقة القوة مع كل من الهندسة الوراثية، والعلوم العصبية المعرفية، وتقنية النانو والروبوتات في وحدة متفاعلة فيما بينها تُسمّى الفرادة (Singularity). فتَضَافر عمل الحواسيب مع الهندسة الوراثية ينتج التحسينات المعروفة راهناً في الإنتاج الزراعي والحيواني لجهة تحسين النوعية وزيادة الكمية من قبيل الزراعات المقاومة لملوحة المياه والحر الشديد والجفاف وغزارة المحصول.

(*) النانو هو ما دون المجهري، أو متناهي الصغر، ويساوي $\frac{1}{1000000}$ مم.
ملاحظة: جميع الهوامش المسبوقة بنجمة (*) هي من وضع المترجم.

وكذلك الحال في تحسين الإنتاج الحيواني. ولكن الأخطر والأكثر ثورية سوف يتمثل في الشُغل على الجينوم البشري في علاج الأمراض الوراثية من خلال استبدال بعض الموروثات المولدة لها. وكذلك تعديل الموروثات المسؤولة عن العمر لجهة إطالة السنّ بشكلٍ مفتوح وصولاً إلى حالة تشبه الخلود. والأخطر من ذلك هو تعديل جينوم الأجنة بغية إنجاب أطفال حسب الطلب؛ من حيث الخصائص الجسمية والعقلية والنفسية (إنجاب أطفال فائقي القوة والقدرات).

ويتفاعل الحاسوب مع العلوم العصبية الدماغية ليعطيا كل ما هو مذهِل من الحالات، من قبيل زراعة رقاقة حاسوب في الدماغ تمدّه بقدرات حسابية وذاكرة هائلة. ومن قبيل تفاعل الحاسوب مع الدماغ بحيث يتمكن من قراءة الأفكار من دون النطق بها (من خلال مسح النشاط العصبي الكهربائي للدماغ) والاستجابة للنوايا قبل النطق بها، وسواها الكثير. وأما على صعيد تقنية النانو والروبوتات فهناك جهود بحثية لصناعة روبوتات نانو يمكن إدخالها في الجسم وربطها بقاعدة حاسوبية، فتقوم بمراقبة حالة الصحّة الجسدية على جميع الصعد وتعطي مؤشرات عنها؛ بما يسمح بالتدخل العلاجي المبكّر. إضافة إلى إلصاق رقاقات هاتف محمول على الجلد أو زرعها في الجسم وتقوم بإيصال كل المعلومات عن الحالة الصحية للشخص. وهناك تطورات نوعية أخرى ستجعل من إنسان المستقبل القادر على دفع كلفة الحصول عليها، نوعاً آخر مختلفاً عن الناس المعروفين راهناً.

تطبيقات الثورة الصناعية الرابعة هائلة، وذات تسارع أسّي (أي أنها تتضاعف في كل مرة). منها حوسبة الأشياء التي تربط كل

الأدوات المنزلية بالحاسوب ويكون لدينا المنزل الذكي. كما تربط خدمات المدينة على اختلاف مناحيها فيكون لنا المدن الذكية ذاتية التسيير. وهناك السيارات، والقطارات، والطائرات، ومركبات النقل ذاتية التسيير، وسواها. وكلها تؤدي إلى زيادة متسارعة في نظم الحياة وتعقيداتها من خلال التداخل المتزايد بين الإنسان والتقنية والدماغ والحاسوب. ذلك كله غيض من فيض، ويضاف إليها الطباعة ثلاثية الأبعاد التي يمكنها أن تنتج أعضاء بشرية بديلة، وتصنيع أسلحة من قبل الشخص ذاته، إضافة إلى تصنيع قطع فائقة الدقّة والتعقيد لآلات فائقة التقنية.

وتشكّلُ رقمنة أدوات الاتصال والتواصل الثورة التواصلية الرابعة التي تحتل مكانة مرموقة ضمن الثورة الصناعية الرابعة. تشكّلُ اللُّغة اللَّفظية الثورة الأولى، والكتابة الثورة الثانية، واختراع المطبعة الثورة الثالثة، ورقمنة الاتصال والتواصل الثورة الرابعة، وهي بصدد إحداث ثورة في البنى المجتمعية والفردية على حدّ سواء، وبوتيرة متسارِعة في تحول أنماط الحياة على الدوام، وتيسيرها وتحسين فاعليتها. أبرز مثال على ذلك الهاتف الذكي المحمول الذي يضع العالم كله (ولو افتراضياً) في كفك في الآن واللَّحظة. إنه يربطك بقاعدة معلومات غوغل المتجدِّدة والمتنامية على الدوام، حيث أصبحت البشرية تنتج راهناً من المعلومات خلال أسبوع كمية معلومات موازية لما أنتجته منذ اختراع الكتابة. ويبلغ المخزّن منها رقمياً حوالي 98% ممّا يمكن الرجوع إليه في كل ما يخطر بالبال. وهي رقمنة تحيط بالحياة البشرية. ويضاف إليها طائفة لا تحصى من وظائف المعلومات والتواصل على شاشة هاتف آبل الذكي: طقس، موسيقى، جرائد،

تقويم شمسي لمدة 50 سنة، حاسبة، بوصلة، كاميرا تصوير، إنترنت، فيسبوك وأخواته، والقائمة تطول. إضافة إلى وظائف الهاتف المحمول على صعيد مراقبة الصحّة الجسدية ورصد تحولاتها من خلال الرقائق التي تلصق على الجسم، وكل ما يندرج عن ذلك من متابعة طبية وقائية وتدخُّل علاجي منذ ظهور بوادر الاضطراب الأولي.

وقد يكون الأخطر في كل ذلك المراقبة الأمنية والتجسُّس على الشخص، حيث يمكن معرفة أين أنت ومع من تجتمع وتتواصل، وماذا تقول أو تفعل حتى من خلال المحمول ولو كان مقفلاً. فأنت مراقَب ومكشوف على الدوام. إضافة إلى تخزين بياناتك الرقمية، واستخلاص بصمتك الرقمية من خلال الهاتف ووسائل التواصل الاجتماعي.

ويسيطر العمالقة الخمس: غوغل، آبل، فيسبوك، أمازون، ومايكروسوفت، على 80% من هذه البيانات بحيث تحولت المعلومة الشخصية إلى نوع من منجم نفط جديد (منجم المعلومة) تبلغ قيمتها راهناً، حيث تباع إلى المعلنين والتجّار، عشرات مليارات الدولارات مع تزايد سنوي يقدَّر بـ 40%

تمكّن عمالقة هذه الشركات الخمس الذين يطلق عليهم تسمية GAFAM من الاستحواذ على مجمل العالم الرقمي خلال سنوات معدودة. وهم يطمحون إلى إعادة تشكيل البشرية.

تقوم الثورة الرقمية ومن ضمنها ثورة الاتصالات على أيديولوجيا الرأسمالية التجارية الأميركية وسياسة الليبرالية الاقتصادية «دعه يعمل». وتمارِسُ الشركات الرقمية العملاقة رأسمالية مفلتة من

كل القيود القانونية ومن حدود الدول وتشريعاتها المالية مع التهرُّب الضريبي؛ حيث تضع حساباتها في بلدان الجنّات الضريبية. وقد يكون الأخطر فيما خص البشر المستخدمين لمنصّاتها العمل على زيادة بياناتهم الشخصية ومراكمتها بجميع سُبل الإغراء والغواية واستقطاب الانتباه، وصولاً إلى الإدمان على الشاشات. وتستغل هذه المعلومات لتحقيق الأرباح الطائلة لهذه الشركات.

لقد قام حلفٌ رباعي يستغلُّ هذه المعلومات مكوَّن من عمالقة الرقمية، ووكالات المخابرات والأمن الوطني، والسياسيين (الانتخابات) والتجّار والمعلنين. كل بيانات عمالقة الرقمية موضوعة بتصرُّف الـ CIA ووكالات الأمن القومي الأميركي، كما تُباع للمعلنين والتجار، وتوظَّف في الحملات الانتخابية للسياسيين (تمثل حالة ترامب واستخدامه لبيانات 50 مليون مستخدم على فيسبوك وما تلاها من فضيحة أنموذجاً صارخاً على ذلك). وتشكل الرقمنة في الصين على الصعيد الأمني وصعيد اتصالات وعلاقات المستخدمين للشبكات والهواتف الذكية حالة أخطر بما لا يقاس.

وهكذا أصبح الشخص المُسْتَخْدِم لهذه التقنيات مكشوفاً، بل ومُعرّى في سلوكاته وعلاقاته ودوافعه وانفعالاته وقيمه وتوجهاته. إنها العبودية الطوعية لهذه الأجهزة الرقمية يقبل عليها عن طيب خاطر، ممّا أصبح يطلق عليه تسمية «سجناء فقاعة الشاشات الرقمية»، ويضاف إليها وضع «بصمة رقمية» لكلِّ مستخدِم تسهِّل تعقبه أمنياً وإعلانياً.

كل تقنيات الثورة الصناعية الرابعة، بما فيها تقنيات الاتصال، موجّهة رأسمالياً «الرأسمالية الرقمية» بغية الربح، وتأتي خدمة

الإنسان بمثابة تغطية على هذه الرأسمالية، ولقد تفاقم الأمر في مسألة الربح المالي على حساب كل من ارتهان الإنسان، وهدر موارد الطبيعة وتهديد بيئة الكوكب. فغوغل على سبيل المثال تطلق في تشغيلها واستهلاكها للكهرباء في الجو ما يزيد عن مليونَي طن من غاز ثاني أوكسيد الكربون في الجوّ سنوياً. ذلك أن هذه التقنيات تستهلك كميات هائلة من الكهرباء في تشغيلها.

إننا بصدد رأسمالية رقمية وحشية تركّز على مراكمة الأرباح والثروات الخرافية لدى القلة القليلة من البشر. ذلك أن عمالقة الرقمية الخمسة أصبحوا أغنى أغنياء العالم أين منهم أغنياء الثورة الصناعية، ولذلك أصبح يطلق عليهم تسمية الأوليغارشية الفائقة (Hyperoligarchie). وهو ما دعى كلاوس شواب إلى إصدار الجزء الثاني من عمله للمناداة بالثورة الصناعية الخامسة. وهي تهدف باختصار إلى أنسنة مكونات الثورة الصناعية الرابعة وتحويل تقنياتها فائقة الفاعلية لصالح تقدم البشر ورفاههم والحفاظ على استدامة بيئة الكوكب. ذلك أن العلة لا تكمن، كما يقول برونو باتينو، في التقنيات الرقمية بحدّ ذاتها، وإنما هي تكمن في تصميم برامج تشغيلها (خوارزمياتها) التي تسخّر لأغراض المزيد من استقطاب المستخدمين، ومراكمة المزيد من بياناتهم، وتحقيق المزيد من الأرباح.

يمكن إدراج العمل الذي بين أيدينا ضمن توجهات هذه الثورة الصناعية الخامسة، التي تتطلب تضافر جهود السياسيين والمفكّرين، والتقنيين، وجماعات الضغط وحشد الرأي العام، بغية تحويل المسار لخدمة الإنسان ورفاهته، واستدامة بيئة الكوكب.

عرف كتاب **حضارة السمكة الحمراء** (سمكة الزينة التي توضع في إناء زجاجي)، منذ صدوره في العام 2019، أصداءً واسعة في وسائل الإعلام المكتوبة في فرنسا (من صحف يومية، ومجلات ودوريات أسبوعية وشهرية)، اتخذت شكل تعليقات وحوارات مع المؤلِّف تناولت مختلف موضوعات فصوله. ويتميز هذا العمل بأسلوب لغوي وفكري يتسم بالرقي والعمق، ويأخذ القارئ، في كل فصل، في رحلة نقدية فكرية توثيقية مشوِّقة، تنم عن اطِّلاع المؤلف المتمكن على الأدبيات الأميركية في الموضوع، نظراً إلى مشاركته الشخصية في خوض غمارها.

يطرح الفصل الأول بعنوان «تسع ثوانٍ» مسألة تشتُّت الانتباه وتسارُع الانتقال بين المشاهد المتتالية، وضغط الزمن جرياً وراء الجديد والمغاير، من خلال إغراق المُسْتَخْدِم في فيض الإشارات وتغيرها، وذلك على غرار السمكة الحمراء في الإناء الزجاجي وذاكرتها التي لا تتجاوز الثواني الثمان. إذ أصبح انتباه الجيل الجديد من الناشئة، حسبما حسبته غوغل، لا يتجاوز التسع ثواني.

هذه ليست مسألة تقنية، بل هي خطة موضوعة في برمجيات تشغيل المنصات بتوجيه من العمالقة الخمسة لخلق ما يُسمّى «اقتصاد الانتباه» (Économie de l'attention) للاستحواذ على وقت المستخدم لأطول مدة ممكنة.

ويتحول الفصل الثاني لطرح مسألة الإدمان على الشاشات، متخذاً من الهاتف الذكي أنموذجاً، حيث يستقطب انتباهنا على مدى اليوم، وحتى أثناء النوم، من خلال إشارات التنبيه عن تلقي مكالمات أو رسائل.

كما يعرض الهشاشة العقلية المتولدة عن الإدمان، معدّداً أربع حالات منها: متلازمة القلق من أن تفوتنا مكالمات أو رسائل؛ والخوف من أن ينسانا الأقران؛ وتعدُّد الهويات المصطنعة على فيسبوك التي يصطنعُها المستخدم بحيث يصل إلى تشوّش هويته الذاتية؛ والتجهُّم الوجودي (أي الخوف من أن يكون الآخرون أكثر حضوراً منا). ويعرض المؤلِّف لإحصاءات العدد الهائل من الاتصالات على أنواعها. كما يبين كيف يعمل عمالقة الرقمي إلى خلق حالات الإدمان هذه من خلال الاستناد إلى تجارب سكنر (عالم النفس الشهير) في مجال تعلُّم السلوكات المرغوبة باعتماد آلية التعزيز المتقطع، المستخدمة هي ذاتها في إدمان اللعب على آلات النقود في الكازينوهات.

وينتقل من ثم في الفصل الثالث إلى الكلام عن طوباوية الروّاد الأوائل للإنترنت، وطموحاتهم التي شاركَ المؤلِّف فيها، في إقامة عالم اتصالات وشراكة وذكاء جمعي كوني تخدم كل البشر، مفلتة من القيود والحدود، وصولاً إلى تأسيس حضارة جديدة. وهو الحلم الذي سرعان ما خاب بعد عقد من الزمان.

ويتصدى، في الفصل الرابع بعنوان «التوبة»، لخيبة الأمل الكبرى في طوباوية الإنترنت وأخواتها. ويتحدث عن تلاوة معظم المؤسسين لهذه الطوباوية الرقمية لفعل الندامة، والتنكُّر للاستغلال التجاري الذي آلَت إليه حال هذه التقنيات.

ويتجلى فعل الندامة هذا في منع بعض المؤسسين (ومنهم ستيف جوبز وإيفان ويليامز) أبناءهم من استخدام الرقمي في البيت، ويدخلونهم مدارس خالية من الرقمي. وهو ما أطلق تياراً يضغط

لمنع الرقمي في المدارس الابتدائية في أميركا. ذلك أن الأضرار التي تصيب الأطفال والناشئة المدمنين على الآيفون والآيباد باتَت أكثر تأثيراً: زيادة اضطراب الانتباه، تأخُّر نمو اللغة، إعاقة نمو مبدأ السببية والتفكير الاستقرائي الاستنتاجي وجدلية الديمومة (ماضٍ، حاضر، مستقبل) والعيش في اللحظة الحاضرة، وإعاقة نمو الحركات الدقيقة والتآزر الحركي الجسدي، واضطراب الاندماج الاجتماعي، وهناك أبحاث تتبُّعية رصينة خاصة بالصحّة النفسية لطلاب الجامعة في مجال الرقميات.

أما الفصل الخامس فيتناول قضية «الحاضنة الرقمية» للاستحواذ الاقتصادي على وقت المستخدمين، ممّا أطلق عليه تسمية «اقتصاد الوقت». تقوم هذه الحاضنة في جامعة ستانفورد في كاليفورنيا، حيث أسّسَ أستاذ المعلوماتية مختبر «تقنيات الإقناع» في تصميم برامج تشغيل الحاسوب ووسائل التواصل لجذب المستخدمين من خلال الشغل على دوافعهم ورغبتهم في التنافس وحُبّ الظهور على الموقع وصولاً إلى الإدمان، بالاستناد إلى معطيات النظريات النفسية في هذا الصدد.

ويركز الفصل السادس بعنوان «توجيه المسار» على كيفية التوجه نحو جمع أكبر قدر من البيانات والمعلومات عن المستخدمين بغية بيعها للمعلنين والتجّار والسياسيين لقاء تحقيق كل من غوغل وفيسبوك لأرباح خيالية (عشرات المليارات سنوياً) تاركين لوسائل الإعلام الأخرى الفتات، ذلك أنهما يسيطران على الشطر الأعظم من السوق الإعلانية. كما تحاول هذه الوسائل التحكُّم بتفضيلات المستخدمين وربطهم الإدماني بها. ويبين المؤلف كيف أنها تحولت

إلى مشاريع تجارية ربحية، بينما أنها تصرح بأنها تخدم توفير مجال مفتوح للتعبير، والحصول على المعلومات من دون حدود أو قيود.

وأما الفصل السابع بعنوان «يوم بلا نهاية» فيعالجُ قضية فقدان التوازن الزمني الحياتي ومعه الصحّة الجسمية والنفسية، وذلك من خلال استقطاب المنصات لشطر كبير من اليوم، يتجاوز وقت العمل والنوم من خلال فرط إغراء حواسنا، والتسريع الزمني الفائق وخصوصاً عند جيل الناشئة، بحيث تتم سرقة وجودنا ودفعنا للعيش في حالة تعبئة وترقب، وحالة راهنية آنية.

يبين الفصل الثامن الذي يعالج اقتصاد الانتباه كيف تخلق المنصات بيئات تلتصق بتوقعاتنا المفضلة نظراً إلى تكرارها. إنها تسجن المستخدم في فقاعة تفضيلاته الخاصة، وصولاً إلى الاستحواذ عليه. إذ تخلق الخوارزميات (برامج التشغيل) لكلّ مستخدم عالمه الخاص، ممّا يفكّك الرؤى الجمعية ويزيّف الكيان الإنساني.

ويتخذ الفصل التاسع عنون «المِشْكال اللامتناظر» وهو تشبيه فائق الدلالة عن تعدُّد الروايات، والأقاويل الكاذبة، وضياع الحقيقة الواقعية، نظراً إلى تعدد الروايات والحقائق بتعدد المستخدمين. وحيث يصبح الواقع المختلق من قبل كل مستخدم، في عصرنا الرقمي هذا، واقعاً حقيقياً يكون هو أول ضحاياه. ذلك أن الأخيولة (قصة خرافية) المختَرَعة تتحول إلى حقيقة بما يُضَيّع الحقيقة الفعلية. كما أن التعدد اللانهائي للأصوات والروايات من دون تدقيق أو إثبات علمي يجعل المستخدمين يعيشون في عالم من الصور المتنافرة، وحيدين معاً (Alone together).

يطرح الفصل العاشر بعنوان «معركة الإعلام غير المتكافئة» الإجحاف اللاحق بوسائل الإعلام المُتَمَهِّنَة التي تشتغل على القضايا العامة، وتساعد في تكوين الرأي العام والتوجهات السياسية، في حين تشتغل فيسبوك وأخواتها على القضايا والأهواء الشخصية المفلتة من ضوابط القواعد المفروضة على الإعلام. كانت الصحافة تطمح إلى الانفتاح الكوني من خلال المنصات الاجتماعية، فإذا بها تُدفع إلى المرتبة الثانية نظراً إلى عدم التكافؤ في الموارد ومدى الانتشار.

وينهي المؤلف عمله في الفصل الحادي عشر بعنوان «حارب وأصلح» بطرح أربع معارك يتعيّن خوضها، وأربع وصفات يتعيّن تطبيقها لمحاربة الخلل الذي حمله اقتصاد الانتباه على المنصات، والتحول إلى مشاريع ربح تجاري مستغلة للمستخدمين وآسرة لهم.

أما المعارك الأربع فهي كل من: محاربة الأفكار المغلوطة؛ وفرض المعايير والضوابط على خوارزميات استقطاب الانتباه؛ والتفكير بوضع أُطُر قانونية؛ وتطوير عروض رقمية ذات طابع إنساني.

وأما الوصفات الأربع فهي: تخصيص وقت متحرِّر من المنصات وشاشاتها؛ والوقاية واسترداد الكيان الذاتي الذي تستلبه المنصات؛ وشرح وسائل حسن استخدام هذه المنصات لخدمة الصالح الشخصي ونموه، والصالح العام وازدهاره؛ وأخيراً إبطاء الوقت والتحول إلى القراءة المتمعنة والتفكير المتأني، واستعادة القدرة المستلَبة على تحويل المعلومات والمعرفة إلى رؤى وحكمة في بناء المستقبل. ذلك أن وسائل الاتصال هذه، على غرار الثورة

الصناعية الرابعة، انخرطت في الربح الآني ومراكمة ثرواته على حساب المستقبل وما يتطلبه من رؤى وبحث عن المعنى والقيمة الإنسانية واستدامة النمو والحفاظ على الكوكب وموارده.

ركّز المؤلّف في عمله هذا على البُعد الإعلامي تحديداً، ممّا هو مفهوم نظراً إلى اختصاصه واهتماماته في هذا المجال. وهو بُعد فائق الأهمية يمكن أن يضاف إلى بقية أبعاد ثورة الاتصال والتواصل الرابعة، والتي لا تقل خطورة بحال.

تتمثل قيمة هذا العمل عربياً، في تقديرنا، في إلقاء الضوء على الجوانب الخفية من تقنيات التواصل الرقمي، ممّا ما زال خارج نطاق اهتمام إنساننا العربي عموماً، ما عدا القلّة من الاختصاصيين. فإنساننا يُقبِل على هذه التقنيات ويستخدمها باهتمام كبير، بل يمكن القول بحماس الولوج إلى العالم الرقمي التواصلي وتطبيقاته المدهشة، حيث يشيع الاستخدام النرجسي المظهري والتباري فيه على فيسبوك تحديداً.

إلا أنه يتعيّن علينا أن نعي سلبيات ثورة التواصل الرابعة هذه وتطبيقاتها، لجهة تحكّمها الخفي بنا، وتحويلنا إلى أدوات لاستغلالنا مالياً (تجارياً) وأمنياً، ونفسياً (الوعي بأخطار الإدمان). ومن خلال الوعي الذي يوفره هذا العمل وسواه من الأعمال النقدية في الموضوع، يمكننا أن نطوّر استخداماتها لصالحنا، فنستفيد من الإيجابيات ونحتاط من الوقوع في المحاذير، والسلبيات.

الفصل الأول

تسع ثوانٍ

يتعيّن إيقاظ جمهور المستمعين.

الرجل على المنصة واثقٌ من نفسه، وفخور بما وجد. توجد خلفه شاشة. على هذه الشاشة الشاسعة، سمكة حمراء رائعة، توجِّه نظرها إلى الإناء الموجودة فيه. مع علامة استفهام بمثابة نص وحيد. لقد غيرت الصورة المليئة بالفلاتر نظرتنا بشكل نهائي منذ ظهور إنستغرام، كما تمارس عين السمكة المستديرة تأثيراً تنويمياً مغناطيسياً على الحضور.

يمتلك الرجل الذي يقدّم العرض كل مواصفات الهبستر، إنما بأناقة: قميص أبيض ضيق القوام، سروال ضيق ذو تفصيل متقن، ينتعل حذاءً رياضياً زهري اللون، مع ذقن غير حليقة منذ ثلاثة أيام، وشعر أشعث بعناية، ويلبس نظارة ثمينة، ويتكلم إنجليزية ذي لهجة دولية، يتكلم بسرعة، يعتمر قبعة خفيفة، في الثلاثين من العمر وذو بنية رياضية. ويحمل كل الشارات الخارجية للنجاح العالمي المتعجِّل، وكل علامات البحبوحة المادية المرتبطة بالذكاء المتقد. إنه واثق من ذاته. وهذا طبيعي حيث إنه من جماعة غوغل، أي أحد موظفي غوغل. لقد أتى مع آخرين عديدين من

ماونتن فيو(*)، مقرّ الشركة الأقوى عالمياً، كي ينطق باسم العملاق الرقمي أمام مجموعة من الأوروبيين العاملين في مختلف قطاعات الإعلام. إنها طريقة غوغل المتمثلة في تنظيم «لقاءات» مع مهنيين، عدة مرات في العام في كل القارات. تسمح هذه اللحظات للشركة بتقديم أدواتها، وتقنياتها، وأبحاثها. إنهم يجتمعون جميعاً سواء في باريس أو لندن أو برلين أو مدريد أو روما أو ستوكهولم. وتروج في هذه اللقاءات رواية «الشراكة» ما بين العملاق الكاليفورني وأولئك الذين يتحكم بحياتهم الرقمية. هناك الكثير ممّا يجب عمله، والكثير من الذكاء الذي يتعيّن تقاسمه على الطريقة الأميركية، ما بين المهنيين ذوي النوايا الطيّبة الحريصين على بناء عالم حيث يتمّ تقاسم المعلومات بسرعة متزايدة على الدوام، وكذلك بدقة متزايدة و«المنفعة أكبر عدد من الناس». تلك على الأقل، الروح المُطالَب بها، التي تعززها هدايا صغيرة توزَّع على الحضور، وتقديم كمية وافرة من الأطعمة عند كل استراحة ما بين الجلسات. وبالطبع، فإن الأثر الناتج عن ذلك هو نقيض المبتغى: في كل اجتماع تزداد الهوة باطّراد، ما بين غوغل ومحاوريها. فإذا بدا الفارق في السنوات السابقة هائلاً فإنه اليوم ببساطة لم يعد قابلاً للقياس. إذ لم تعد غوغل تنتمي إلى عالمنا. أو بكلام أكثر دقّة، إنها بنْتُ عالمٍ يزداد اختلافاً عن عالمنا باطّراد.

تنتظرُ القاعة الكشف الذي سيدلي به رجل الشركة. ولقد تطلب هذا بالطبع الكثير من التخيُّل والوقت، وبالتأكيد القدرة الهائلة

(*) ماونتن فيو (Mountain View): تلة في كاليفورنيا.

للحساب المعلوماتي الذي يستلزمه الذكاء الاصطناعي. ولا يوجد خلف هذه الكلمة السحرية «الذكاء الاصطناعي» سوى البيانات والصيغ الرياضية التي تتيح للآلة، شيئاً فشيئاً، أن تتعلم التعرُّف، والتحليل، وإيجاد التفسيرات. وإنما يستلزم هذا كي يعمل، مليارات المليارات من البيانات، المشغولة بذكاء من قبل آلاف المهندسين.

يتكلم الرجل عن السمكة الحمراء على الشاشة العملاقة. عن ذاك الكائن الغبي الذي يدور من دون توقف في إنائه الزجاجي. لقد وضعه البشر هناك وهم متأكدون بأن: ذاكرة هذا الحيوان بدائية، وأن انتباهه متدنٍّ جداً، بحيث إنه يكتشف عالماً جديداً في كل دورة له في الإناء الزجاجي. ذلك أن ذاكرة السمكة الحمراء، بدلاً من أن تكون مجرد لعنة، تشكّل بالنسبة إليها نعمة تُحَوّل تكرار الدوران إلى عالم متجدِّد كل مرة، كما تحوّل ضيق سجنها إلى عالم فسيح. فهل «ذاكرة السمكة الحمراء» الشهيرة هذه مجرد أسطورة؟ العديد منا لم يطرحوا أبداً على ذاتهم هذا السؤال، إذ يرضون ببساطة أن يكون بحوزتهم تعبير يستخدمونه عندما يريدون الاعتذار عن لحظة من عدم الانتباه.

إلا أن غوغل لا تعرف حدوداً لامتداد حسابها الرقمي. وبالتالي، فلقد أعلن المحاضر أن مؤسسته قد نجحت في حساب زمن الانتباه الفعلي للسمكة. أو ما يدعى «مدى الانتباه» (Attention span) الشهير. وهو بالفعل زمن جدّ هزيل. فالسمكة عاجزة عن تركيز انتباهها لما يتجاوز ثماني ثوانٍ. وبعد هذه الثواني الثمان، تنتقل الى شيء آخر، ويبدأ عالمها الذهني من الصفر من جديد.

لكن لم تنتهِ تصريحات الرجل. إذ نجحت حواسيب غوغل كذلك في تقدير مدى انتباه جيل الألفية. أي أولئك الذين ولدوا وهم

على اتصال دائم، وكبروا مع شاشة تلمَس بأطراف أصابعهم. أي أولئك من أمثالنا الذين لا يستطيعون الامتناع عن الإحساس بذبذبات المحمول في أعماق جيوبهم؛ وأولئك الذين يستقلون المواصلات العامة وعينهم مركزة على الهاتف الذكي، حيث يتركزون في الزمان-المكاني لشاشتهم. يعلن المحاضر أن مدى الانتباه، وقدرة هذا الجيل على التركيز لا تتعدى تسع ثوانٍ. بعد هذه الثواني ينفصل ذهنه، وكذلك هو حالنا، عن موضوع تركيزه. إنه يحتاج إلى مثير جديد، إشارة جديدة، وتنبيه جديد، وتعليمات جديدة. وذلك بدءاً من الثانية العاشرة. أي بالكاد ثانية واحدة أكثر من السمكة الحمراء.

هذه الثواني التسع تمثّلُ تحدّياً يعادل قوة الشركة الكاليفورنية (غوغل): أي ما العمل كي نستمر في شدّ انتباه جيل «مشتت الانتباه»، من خلال تشتت انتباه آخر»، تبعاً لأقوال ت. س. إيليوت. أي أدوات نستخدم، وأي صيغ رياضية نطور، وأي عروض نبني للتغذية الدائمة لروحية مستخدمين ينتقلون إلى شيء آخر حتى قبل أن يبدأوا عمل أي شيء؟ لا تصاب غوغل بالذعر. فالشركة الكاليفورنية تعرفُ تماماً كيف تردّ على هذا التطور، المسؤولة عنه جزئياً. إذ سوف تعرف كيف تقدِّم لنا جرعة جديدة، بفضل بياناتنا الشخصية (المتجمّعة لديها) حتى قبل أن نشعر بنقص المثيرات.

تتكسّر أحلامنا الرقمية على هذه المدة الزمنية الهزيلة. إننا موعودون باللانهائي. إذ أصبح معروفاً أن الفضاء السيبراني سوف لن يعرف حدوداً سوى تلك الخاصة بالعبقرية الإنسانية. وعوضاً عن ذلك، فلقد أصبحنا أسماكاً حمراء محتجزة في إناء شاشاتنا الزجاجي، وخاضعين لحيل تَحَكُّم تنبيهاتنا، ورسائلنا الآنية.

أصبحت أذهاننا تدور حول ذاتها، من التغريدات إلى فيديوهات اليوتيوب، ومن رسائل السناب شات (Snaps) إلى الإيميلات، ومن البث المباشر (Lives) إلى المحفزات (Pushs)، ومن التطبيقات إلى صفحات ملف الأخبار (Newsfeeds)، ومن الرسائل المشبوهة المدفوعة بالروبوت إلى الصور المختارة بواسطة الخوارزميات، ومن المعلومات المغلوطة بجلاء إلى المعلومات والأخبار الآنية (Buzz) التي تقصفنا طوال الوقت. وعلى غرار السمكة، فإننا نظن أننا نكتشف عالماً جديداً في كل لحظة، ولكن دون أن نتنبه إلى التكرار الجهنمي الذي تسجننا فيه واجهات المُسْتَخْدِم الرقمي التي أوكلنا إليها موردنا الأكثر قيمة، أي. وقتنا.

هذه الثواني التسع هي موضوع هذا الكتاب.

تُقَدِّر دراسة في مجلة علم النفس الاجتماعي والعيادي (*Journal of Social and Clinical Psychology*) أن ثلاثين دقيقة تمثّل الوقت الأقصى من التعرض السليم للشبكات الاجتماعية وشاشات الإنترنت، وبعدها يبدأ تهديد صحّتنا النفسية. يُشَكِّل وضعي، تبعاً لهذه الدراسة، حالة ميؤوساً منها، إذ إن ممارستي اليومية تتخذ طابع الإدمان على الشارات التي تزدحم على شاشة هاتفي المحمول. ولكنني لست الوحيد. إذ إننا نعيش في عالم المدمنين على الارتباط بالرصد للتحرك السريع (Stroboscopique) (الانتقال السريع من حال إلى حال).

لقد أتى وقت الندم بالنسبة إلى أولئك الذين اعتقدوا بالطوباوية الرقمية، وأنا منهم. كذلك هو حال تيم بيرنرز-لي، مخترع الشبكة

(Web)، والذي يسعى راهناً إلى خلق إنترنت مضادّ للقضاء على ابتكاره الأول. ومع ذلك فإن هذه الطوباوية كانت بهية: إذ ضمت كلاً من أتباع بيير تيلار دي شاردان (Pierre Teilhard de Chardin) والداعين الكاليفورنيين إلى التحرُّر الكامل.

لم يكن هذا التطور مكتوباً. فلقد بنَت الإمبراطوريات (الرقمية) الجديدة أنموذجاً من العبودية الرقمية الطوعية، دون أن تتنبه لذلك، ودون أن تتوقعه، وإنما بإصرار لا هوادة فيه. إذ لا يوجد في نواة المولد أي حتمية تقنية، وإنما هناك مشروع اقتصادي، يترجم طفرة رأسمالية جديدة. إذ إن ما يكمن في نواة المولد هو اقتصاد الانتباه.

الرأسمال الرقمي الجديد هو نتاج التسارُع العام ومنتجه. إذ يحاول زيادة إنتاجية الوقت كي يستخلص منه المزيد من القيمة الربحية. فبعد أن اختصر المكان، يتعيّن الآن توسيع الوقت من خلال ضغطه، وصولاً إلى خلق راهنية لا حدود لها. من خلال هذا التسارع، حلَّ الانتباه محلَّ العادة، وحلَّ الإدمان محلَّ الرضى. وتشكّلُ الخوارزميات أدوات هذا الاقتصاد الجديد.

يدمّر اقتصاد الانتباه، شيئاً فشيئاً، كل مرجعياتنا المعتادة. أي علاقاتنا بوسائل الإعلام، والمجال العمومي، والمعرفة، والحقيقة، والمعلومات، بحيث لا يفلت شيء من قبضته.

ذلك أن اختلال المعلومة، و«الأنباء المغلوطة»، والهوس الهستيري للتخاطب العمومي، والشكوك المعمّمة، ليست بالتأكيد من إنتاج الحتمية التقنية. كما أنها لا تنتج عن فقدان المرجعيات الثقافية للجماعات الإنسانية. بل يشكّلُ انهيار المعلومات النتيجة المباشرة للنظام الاقتصادي الذي اختاره عمالقة الإنترنت.

إذ يصنع سوق الانتباه مجتمع كل المتاعب، الإعلامية منها، كما الديمقراطية. فهو يطفئ الأنوار الفلسفية لصالح الإشارات الرقمية.

على أن ذلك لا يعدو كونه نظاماً اقتصادياً، وككلّ نظام آخر، يمكن محاربته وتعديله. إذ إنه لا يمتُّ لا إلى جوهر المجتمع الرقمي، ولا إلى نمو اقتصاد البيانات. لقد آن أوان المعركة، ليس لرفض الحضارة الرقمية، وإنما لتعديلها على صعيد طبيعتها بحيث نستعيد المثالية الإنسانوية التي كانت تدفع المثاليين الأوائل الذين قاموا بإنشاء الرقمي.

الفصل الثاني

إدمانات رقمية

هجرتنا الليالي.

تضيء شاشة الهاتف المحمول خلال الليل منذ الآن. ومع أن إضاءته خافتة إلى الحدّ الأدنى، إلا أن يقظته لا تزال مع ذلك نشطة. فهو يقلِقُ نوم صاحبه، الذي يجهل كل شيء عن عمل الخلايا الحساسة للضوء على شبكية عينَيه. فهل هو يدري أصلاً بوجودها؟ إذ إنها هي التي ترسلُ، إلى نواة التأقلُم مع الضوء في الغدة النخامية لدماغه، الأمرَ بالاستيقاظ حيث تخلط ما بين الضوء الأزرق القوي لشاشة المحمول مع ضوء النهار. وبالتالي تختلُّ ساعة النائم الداخلية، ويصبح نومه مضطرباً. وهنا تجتاح هدوء نومه رغبات لا تقاوم، وهي الرغبات ذاتها التي تنهشُ نهاراته، وحياته، وعمله، وعطلاته، وصداقاته، وأحبابه، وأفكاره وصلواته.

تتمثل أولى هذه الرغبات، وأهمها وأكثرها ثباتاً في المسارعة إلى هذا الهاتف ذاته الذي لا ينطفئ أبداً كلياً. وهو يقوم بذلك صراحة أو خلسة، تبعاً لدرجة الشعور بالذنب تجاه الأشخاص الذين يحيطون به. ويطلق بنقرة من سبابته المرتعِشة سلسلة الاتصال القلق: بدءاً بالرسائل المكتوبة أو السمعية، متحولاً بسرعة إلى تويتر

وتسلسل الأحداث السريعة على الشاشة، يليها التقارير. ويتحول بعدها إلى حشد الواتساب، وتيليغرام، حابساً أنفاسه خوفاً أن يفوته ما كان يجب عليه معرفته أولاً، وينتقل من ثم ببطء إلى إنستغرام وفيسبوك، وينتهي بتنبيهات الأخبار والبريد الإلكتروني. وينتابه الشعور، عند انتهاء هذه الجولة، المشابه لشعور المصاب بداء النهم أو الشره (Boulimique) الذي يلتهم قطعة كبيرة من البيتزا دفعة واحدة، لا يعرفُ للشبع معنى، مع شعور غامض بالذنب، ويعاود من ثم سيرته الأولى على الدوام. وذلك مرة كل دقيقتَين، وثلاثون مرة في كل ساعة يقظة، ومرة كل ثلاث ساعات خلال النوم، أي ما مجموعه 542 مرة كل يوم، و198000 مرة في السنة.

لست أنا من هذا النوع من النائمين، أي ليس لغاية الآن. إذ قد أصبح يوماً ما، وبعد مضي فترة من الوقت شبيهاً به، طالما أنه أصبح من الأكثر صعوبة عليّ مقاومة هذا الانجذاب المغناطيسي إلى شاشة الهاتف الذكي. يمكنني أن أحاول وضعه في جيبي، أو أن أقلبه على قفاه على الطاولة، أو أن أضعه بعيداً عن ناظري، أو أن أدسه في الكيس على ظهري، أو حتى أن أطفئه، ولكن لا شيء يجدي، سوف ينتهي بي المطاف دوماً إلى الإمساك به واستعراض مستجدّاته.

أوَليست هذه حالنا جميعاً في نهاية المطاف؟ وهل يدهشنا فعلاً من ثم أن يضع باحثون من جامعة بنسلفانيا تشخيصاً يتّخذ شكل التوصية التالية: تتعرض صحّتنا النفسية لتهديد إذا تجاوزنا ثلاثين دقيقة من مشاهدة الشبكات الاجتماعية. فالمئة وثلاثة وأربعون طالباً الذين قبلوا وضع عاداتهم الرقمية قيد التجربة، خلال فصلَين

دراسيِّين، وخضعوا من ثم لاختبارات نفسية، لم يفعلوا سوى توكيد ما نتوجّس منه جميعاً. أمّا فيما يخصني شخصياً، فلقد تجاوزت منذ زمن بعيد مدة الثلاثين دقيقة (المذكورة في الدراسة).

وأنا لست وحيداً على هذا الصعيد. إذ تضاعفَ متوسط الوقت المبذول على الهاتف الذكي في غالبية بلدان العالم ما بين عامَي 2012 و2016 كي يبلغ مستويات تدعو إلى القلق حالياً: أربع ساعات وثمان وأربعون دقيقة في البرازيل، ثلاث ساعات في الصين، وساعتان وسبع وثلاثون دقيقة في الولايات المتحدة، وساعة واثنتان وثلاثين دقيقة في فرنسا. ويتوقع غالبية الخبراء مضاعفة جديدة للوقت المخصَّص للهاتف الذكي في العام 2020. وتبعاً للمعهد الوطني الفرنسي لأبحاث الرأي العام IFOP فإن 59% من الفرنسيين قلقون من آثار الشاشات على أطفالهم، ويعترف 70% منهم اعتمادهم (إدمانهم) على هذه الشاشات ذاتها. يذهب الارتباط بالشاشات أبعد بما لا يقاس من الهاتف. إذ تتجاوز الإحصائيات الآتية من الولايات المتحدة الأميركية كل ما هو متصور: فتبعاً لمؤسسة كيزر فاميلي (Kaiser Family)(*)، يكرِّسُ الشباب الأميركي خمس ساعات ونصف يومياً لتقنيات التسلية، وألعاب الفيديو، والفيديو على الإنترنت، والشبكات الاجتماعية، وما مجموعه ثماني ساعات يومياً لمجمل الشاشات الموصولة بالشبكة. أي ما يعادل ثلث حياتهم، في حين أن ليس لـ 22% منهم حالياً أي نشاط

(*) مؤسسة كيزر فاميلي (Kaiser Family) هي موقع على الشبكة يوفر معلومات موثوقة حول قضايا السياسات الأساسية في الصحة بما فيها الطبية وسياسات الإصلاح الصحّي.

مدرسي أو مهني في السنّ ما بين 22 و30 سنة، وهو رقم تضاعفَ خلال خمس عشرة سنة.

يمتصُّ وقت الشاشة الوجودَ. تروي مقالة في هافينغتون بوست (*Huffington Post*)(*) الأميركية في نهاية العام 2013 قصة كايسي الفتاة ذات الأربعة عشر ربيعاً والتي تقطن في نيوجيرسي. «ما الذي يجري حقاً على آيفون لمراهقة»، وهي رواية عبدة واعية لسجنها: «أستيقظ صباحاً وأذهب رأساً إلى فيسبوك، وذلك ليس لأنني أودّ ذلك، وإنما لأنه يتعين عليّ القيام به، وكأنني مرغمة على فعله، وكأن هناك من يرغمني على ذلك. لا أدري لماذا، أنا بحاجة إلى ذلك. لقد سلبَ مني فيسبوك حياتي». وتكرّسُ كايسي وجودها لتغذية ذلك الوحش المتمثل بـ«أصدقائها» الـ 580 على إنستغرام و«أصدقائها» الـ 1110 على فيسبوك، بغية استقطاب المزيد من «اللايكات» (Likes) الممكنة على كل من إسهاماتها، وتعيش في حالة قلق لفكرة أن يقل عدد اللايكات عن 100، ويجتاحها همّ أن تكون قد أنتجت أقل من بعض أصدقائها.

تعجُّ الاستشارات الطبية بقصص المراهقين هذه، المقطوعين عن طفولتهم من خلال الشاشات. يعيشون قصص حبهم بمثابة مجرد جيران للشخص المحبوب، الموصول بالشبكات هو بدوره والمستغرق في «المحادثات» الاجتماعية، وغير قادرين أن يكونا معاً من دون ترك تذكار عن اللحظة من خلال صورة، أو «ستوري» (Story)، متخلّفين

(*) هو موقع أميركي على الشبكة يهتم بالأخبار والآراء محلياً ودولياً، وهو ذو منحى سياسي يساري.

عن المدرسة، وغارقين في الاكتئاب الذي يصل أحياناً حدّ الانتحار. لا تروي هذه القصص المفجِعة، ولو أنها استثنائية، عالمنا الراهن. إنما هي تلقي على مستقبلنا مزيداً من الكآبة.

تشبهُ إحدى تغريدات حساب تويتر، التي تمّ تداولها آلاف المرات منذ نشرها لأول مرة عام 2014، عصرَنا: حيث نرى على رصيف محطة قطار، حوالي عشرين شخصاً، نساءً ورجالاً، شباباً ومسنين، بلباس العمل أو الترفيه، رؤوسهم منكبّة على الهاتف الذكي، وكأنهم مسمرون في وضعية رضوخ كوني. وهناك في آخر الرصيف، رجل مرفوع الرأس، يوجّه بصره إلى الأمام. اختلافه عنهم يولد قلق المنكبّين على شبكة تويتر والذين يعلّقون على وضعه بشبه سخرية، أو شبه يأس متسائلين، على غرار مؤلّف هذا العمل: «ما به هذا الرجل؟ إلى ماذا يمكن أن ينظر؟ هل ينظر إلى العالم؟».

اضطراباتنا النفسية معروفة، إذ إنها تدخل في السجلّ التصنيفي لاضطرابات الشخصية والسلوك. تحملُ التعبيرات الجديدة أسفنا على فقدان حريتنا. يوصَف أولئك الذين يتجنّبون النوم العميق خوفاً من أن تفوتهم إشارة هاتفهم المحمول بأنهم «نيام متربّصون». يُطلَق على أولئك الذين يعانون من الذعر بإزاء ابتعادهم حتى ولو للحظة عن هاتفهم المحمول تسمية نوموفوبيا (Nomophobia) (أي خواف البقاء من دون محمول). بينما يدل تعبير Phnubbing(*)، أخيراً،

(*) تعبير جديد مولّد يعني تجاهل محاورنا الحاضر أمامنا والانكباب على شاشة الهاتف المحمول. وليس له مقابل بالعربية بعد.

على مراجعة الهاتف المحمول والانكباب عليه بحضور الزملاء، أو الأصدقاء، أو الأحباب، أو أعضاء الأسرة، بينما هم يخاطبوننا. الكلمة هي دمجٌ لمصطلح هاتف (Phone)، وSnubbing التي تعني تجاهُل، أو حتى ازدراء. وهو يبقى مصطلحاً متفائلاً إذ يعبِّر عن فرضية القيام بفعل إرادي. بينما أن مجرد الملاحظة تدعونا إلى استنتاج العكس (اللاإرادي): إذ أصبح Phnubbing عملياً مجرد ردّ فعل عكسي لا واعٍ كلّياً: حيث اتخذ النخاع الشوكي الصدارة على الدماغ. لقد انتزع الهاتف الذكي نخاعنا منا.

يحشد المجتمع الرقمي شعباً من المدمنين المأخوذين بالشاشة (أصبحت الشاشة بمثابة المخدِّر). ولكثرة ما قارنا مع العادات التي ولّدتها لدينا الصحف، والراديو، والتلفزيون، فإننا لم نتنبه إلى تحول العادة إلى الإدمان. تحدِّد ثلاثة عناصر متمايزة عن بعضها بعض هذه الظاهرة: التحمُّل، والاضطرار، والتعوُّد. يعني التحمل حاجة المتعاطي إلى زيادة الجرعة بانتظام للحصول على نفس معدل النشوة. ويعبّر الاضطرار عن استحالة مقاومة الشخص لرغبته في تناول المخدِّر. أما التعود (تحمّل سمّ المخدِّر) فيؤدّي إلى العبودية فكراً وعملاً تجاه الرغبة في التناول بحيث تسيطر على كامل كيان المدمن. مجرّد إبداء هذه المعايير الثلاثة مضافة إلى ملاحظة أنفسنا ومحيطنا يملي عليّ التشخيص التالي: نحن تحت سطوة الهاتف المحمول (مقارنة بسطوة المخدِّر في حالة الإدمان).

وتبسط هذه السطوة مملكتها شيئاً فشيئاً، مقيمة هنا وهناك أنواعاً من الهشاشة العقلية لم يسبق لنا معرفتها إلى الآن. أمكن

لمختبر المستقبل القريب (Near Future Laboratory)، وهو مجموعة عمل تضمُّ خبراء وأطباء، أن يلاحظ أربعاً (من هذه الهشاشات العقلية): متلازمة القلق، وفصام مخطّط الشخصية، والخوف من أن ينسانا الأقران (Athazagoraphobie)، والتجهُّم (اكفهرار الوجود).

متلازمة القلق هي الأكثر شيوعاً بين هذه الهشاشات العقلية. وتتجلّى بالحاجة الدائمة إلى استعراض مختلف لحظات الوجود، مهما كانت تافهة، على مدى الشاشات. من «ستوري» على إنستغرام، إلى صورة على فيسبوك، إلى تغريدة على تويتر. يتولد القلق المصاحِب لهذه الحالة من الخوف من عدم العثور على «اللحظة المناسبة» أو على «الصورة المناسبة» التي يتعين إرسالها، ومن الخوف، كذلك، من أن لا تثير هذه ردود فعل القبول الكافية، رغم كل وسائل التنقيح والإخراج التي تسمح بتعظيم المحتوى وزيادة جاذبيته. يمكن لحوادث سيلفي (Selfie) شخص ما، والذي قد يتعرّض للجروح أو للموت، بعد قبوله الإقدام على مخاطرات مفرطة ولا معنى لها كي يأخذ صورة تدهش رفاقه على الشاشة، يمكنها أن تثير لدينا الهزء، إنها التجليات القصوى لقلق اجتماعي يتمّ تقاسمه بين المشاركين في الشاشة. يشكّل الوجود على الهاتف الذكي نوعاً من الحياة بالتفويض يمثّل حجر الزاوية فيها خوف الزوال عن الشاشة من دون نظرة الآخرين الإلكترونية ومدى تقديرهم لها، هذا في حين أن هؤلاء الآخرين ليسوا سوى أشباح التقوا بهم بالصدفة خلال جولات ارتحالهم الإلكتروني. ولا يعدو الارتياح الناتج عن عدد

كبير من «اللايكات» كونه نوعاً من السراب، إذ إنه يترك المجال لقلق متجدِّد سعياً وراء العثور على المنشور (Post) القادم الذي يتيح استعراض هذا الكمّ من «اللايكات».

يصيب فصام(*) مخطّط الشخصية أولئك الذين يتلاعبون بإمكانية امتلاك عدة هويات متباينة لشخصيتهم على الشبكات الاجتماعية وسواها من مواقع اللِّقاء على الإنترنت، وبحيث ينتهون إلى عدم معرفة التمييز بين هذه الهويات المختارة وشخصيتهم الفعلية. وحيث إنهم يؤخَذون بلعبة محادثات الأقنعة المختلفة التي يتقنّعون بها، فإنهم يعجزون من ثم عن معرفة أي من هذه الأقنعة يفضّلون، حين يتعيّن عليهم مجابهة الحياة الحقيقية (من هم حقيقة).

وأما الـ Athazagoraphobie(**)، أي الخوف من التعرُّض للنسيان من قبل الأقران على الشاشات، فإنه يشهد تطورات جديدة مرتبطة بالشبكات الاجتماعية. يولِّد أولئك الذين يسجّلون على الشاشة بإستمرار نتائج كل أفعالهم اليومية، الاكتئاب لأولئك الذين يشعرون أنهم متروكون، أو يقابلون باللامبالاة من قبل معارفهم الرقميين (على الشاشات). ولذلك ينظر الواحد من هؤلاء الذين يعانون من خواف التجاهل أو الهجر، إلى شاشة هاتفه الذكي أملاً

(*) فصام (Schizophrénie): مرض عقلي يتمثل بتفكُّك الشخصية أي التفكُّك ما بين الأفكار والانفعالات والسلوك والتي تشكل في حالات السواء وحدة الشخصية ووحدة هويتها والوعي بها.

(**) تعبير مستجدّ لا مقابل له بالعربية إلى الآن.

بالحصول على تعليق أو «لايك» أو «مشاركة»، أو بحثاً عن «تقدير» يكذّب يقينه بأنه شخص من مستوى ثانٍ جدير بالنسيان الذي أغرقته فيه جماعته.

وأما رابع هذه الاضطرابات العقلية أي التجهم واكفهرار الوجود التي أعلنت عنها جماعة مختبر المستقبل القريب، فإنه يدلّ على تفاهة كل بحث هادف إلى اقتفاء أثر فرد ما على الشبكات الاجتماعية لدرجة إصابته بالمرض. من يقع ضحية هذه الحالة يبحث من دون هوادة عن أي آثار على حياة شخص أو أكثر، تحوّلوا إلى فريسة رقمية. لا يهم أن تكون هذه الآثار مفبركة أو مترتّبة على غرار تلك التي تركها هو، إذ إنه عاجز عن تحليلها باتخاذ مسافة عنها، وبالتالي فإنه يحبَس شيئاً فشيئاً في نوع من لعبة المرايا المحرِّفة لأشكال الصور التي تعكسها. فبإزاء كل صورة يعثر عليها يبدو الآخر أكثر حضوراً، إنما واقعية وجوده لا تلبث أن تتباعد. ويكبر وسواس العثور على روابط أخرى بمقدار ما يتزايد شعوره بعدم الرضى، ويغرق الشخص بالتالي في «التجهُّم» الذي يقرب من حالة ما قبل الوقوع في الاكتئاب.

لقد طغى طوفان الإشارات والمثيرات، والإغراءات الإلكترونية على حواجزنا النفسية. ففي كل دقيقة هناك 480000 تغريدة تغذي منصة العصفور الأزرق (موقع تويتر)، وينشر 2,4 مليون سناب على موقع سناب شات، بينما يرتبط 973000 شخص عبر الكوكب بفيسبوك. ومع أن هناك 174000 فقط يرجعون إلى إنستغرام، إلا

أن الرقم يزداد شهرياً. قائمة البشر المتّصلين خلال 60 ثانية تسبّب الدوار: 38 مليون رسالة، و18 مليون رسالة قصيرة (SMS)، و1,1 مليون مسحة إصبع (Swipes) على تندر (Tinder)(*)، أي حركة الإبهام الجانبية الرامية إلى التحول إلى شخص آخر على قائمة اللقاءات، و4,3 ملايين فيديو يشاهَد على يوتيوب، و187 مليون رسالة إلكترونية. حاولت جامعة أوكسفورد، قبل عدة سنوات، أن تقيس الفارق ما بين «الوقت الحرّ» المتوفّر لكل شخص وأي وسائل إعلام تقليدية يلجأ إليها على صُعُد تقديم المعلومات، والتسلية والثقافة. لقد بدَتِ الزيادة الهائلة في المحتويات المتوفِّرة ما بين الأعوام 1945 والـ 2000 جدّ متواضعة رغم مقدارها الهائل، وهو ما دفع هذه الجامعة البريطانية العريقة إلى التخلّي عن القيام بهذه الحسابات: ذلك أننا بصدد عدد لا نهائي غير قابل للإحصاء.

ولا تشرح وفرة الإشارات والإغراءات كل شيء. كان بالإمكان أن تكون أجوبتنا مختلفة على هذا الفيض الذي لا يتوقّف، كما أن حالات الإدمان الجديدة هذه ليست وليدة الصدفة. فالدوار الذي يسبّبه الانفصال ما بين الأدوات الموصولة بالشبكة وتطبيقاتها، هو نتاج عمل المختبرات، تماماً كما هو شأن الحاجة القهرية للإجابة على الإغراءات الرقمية الملحّة التي تجتاح شاشاتنا. فالصيغة سابقة إلى حدّ بعيد على اختراع الإنترنت، وأول محاولات تطبيق هذه

(*) هو تطبيق اجتماعي على الشاشة للمواعدة يسمح للمستخدمين أن يسجّلوا لايكاتهم أو عدمها على صورة أو اهتمام الآخر من دون التعريف عن أنفسهم.

الصيغة تشي بطبيعتها: إذ صنعت ولا تزال مغانم الكازينوهات وآلات الحظّ النقدية التي تشغّلها. إلّا أن هذه الصيغة، أي آلات الحظ، تمّ استخدامها عن سابق تصور وتصميم من قبل شركات سيليكون فالي الكبرى(*) فالإدمان على استخدام هذه التقنيات الرقمية ليس مجرد أثر غير مرغوب لاستخداماتنا المرتبطة بها، وإنما هي تشكل الأثر المستهدَف فعلياً من قبل هذه الشركات والخدمات التي تقدّمها، والتي تصمّم استهلاكنا الرقمي وترتبه.

لقد قام مختبر علوم السلوك في جامعة هارفرد في العام 1931، ولأول مرة، بتوثيق النظريات السلوكية المستخدَمة في صناعة اللعب (المقامرة)، ومن بعدها في الشبكات الاجتماعية.

وكما جرت العادة، استُخدمَ أحد القوارض بمثابة موضوع للتجريب، حيث وضع فأر في صندوق على شكل مكعب كبير ذي جوانب زجاجية شفافة. وداخل الصندوق يوجد زر لتوزيع الطعام يمكن للفأر أن يضغط عليه، فيحصل على قطع من الطعام الذي يشتهيه (قطع من الجبن عادة). ولم يكن هذا الفأر هو الأول الذي تمّ اختباره بهذا الشكل(**) إذ سبق أن تعلمت فئران هذه التجارب

(*) ويقصد بها كل من غوغل وآبل وفيسبوك وأمازون ومايكروسوفت. ويقع مقرها جميعاً في هذا الوادي المعروف بهذا الاسم جنوب مدينة سان فرانسيسكو حيث تقع كل من جامعتي بركلي وستانفورد الشهيرتَين، وحيث تم تطوير كل التقنيات الرقمية، وعباقرتها من الشباب.

(**) تندرج هذه التجربة ضمن أعمال عالم النفس الشهير سكنر الذي اشتغلَ على التعلُّم الشرطي الإجرائي في الجامعة ذاتها، وتوصل إلى صياغة مبدئه الشهير «التعلُّم بالتعزيز»، أو تشكيل السلوك بالتعزيز: كلما قام موضوع التجربة بالسلوك المطلوب يحصل على مكافأة.

كيف تضغط على الزرّ الذي يتيح لها الحصول على الطعام. ولقد أبدت قدرة واضحة على التعلُّم السريع الذي أدّى إلى امتلاكها للعملية. ولّدت المحاولات الأولية في البداية حركات ضغط عشوائية. ومن ثم فهمت الفئران الصلة ما بين السبب والنتيجة، ومن الغريب أن الفئران أخذت تقلّل من ضغطها على زر الطعام. ولقد فهم الباحثون السبب: فالفئران لا تضغط على الزرّ إلاّ حين تشعر بالجوع. تماماً كما هو شأن البشر المحاطين بالطعام المتوفر في أي وقت، إذ ليس هناك من حاجة لمراكمة الطعام. لقد أصبحت الفئران سيدة للآلة التي بنيت لضبط سلوكها، وبالتالي بدا تشريطها (تعلُّمها المشروط) أقل آلية مما تمَّ تصوره في الأصل.

وهكذا قرَّرَ الباحثون القيام بتجربة مختلفة كلياً مع حيوان آخر (الشخص الذي يلعب على آلات الحظ). جرى الأمر في البداية كالعادة. فالضغط على الزرّ يؤدّي إلى توزيع الطعام، حيث فهم الحيوان الصلة ما بين السبب والنتيجة. ولكن كل شيء تغير بعد ذلك. فالضغط على الزر كان يتبعه أحياناً كمية كبيرة من قطع الطعام، وبالعكس، ففي مرات أخرى لا يسقط أي طعام من إناء صندوق التجربة. وفي مرات ثالثة لا يسقط سوى مقدار ضئيل من الطعام. ولقد كان بإمكان الفأر أن ينصرف عن ضغط الزر بداعي الملل. إنما العكس هو الذي حصل. إذ إن الفأر المدفوع بالرغبة بالحصول على المكافأة رفض ترك العملية، ولو أنه لم يعد يفهم ما يجري. إذ لم يعد يتوقف عن الضغط على الزر، وبشكل آلي أكثر تكراراً وإلحاحاً وشدة. ولقد استمرَّ في ذلك ولو أنه كان شبعاناً. إذ أصبح الطعام ثانوياً بعد أن أصبح الفأر عاجزاً عن ترك الزر.

لقد ولّدَ تشريطه تعلّقه العبودي بالآلية(*)

لقد أصبحت تجارب البروفسور بورهوس فريدريك سكنر (أستاذ العلوم السلوكية في جامعة هارفرد) تضاهي تجارب بافلوف(**) الشهيرة على الكلاب، وسلّطت الضوء على التحيز السلوكي الذي تحدثه منظومات المكافأة العشوائية. فعوضاً عن توليد الابتعاد عن المحاولة، أو اليأس منها، فإن عدم التأكد ولّد نوعاً من الاضطرار القهري الذي يتحول إلى حالة من الإدمان. ذلك هو طعم الربح، ولو كان هزيلاً إذ يمنع أي ابتعاد عن الآلية. وحيث إن المكافأة غير منتظمة، يتعذّر على الشخص، الخاضع للتجربة، صياغة سلوك يهدف إلى السيطرة على الآلة (آلة اللعب).

(*) هذه هي إحدى تجارب سكنر الشهيرة في التعلّم بالتعزيز. وتُسمّى التعزيز المتقطّع بمعنى أن المحاولة تفلح مرة ولا تفلح أخرى، وبالتالي تولد الرغبة الملحّة بالمحاولة تكراراً. لقد وجدَ سكنر أن التعزيز المتقطّع يؤدي إلى تعلّم أكثر دواماً، ومثابرة.

(**) تجارب بافلوف في التعلم الشرطي على الكلاب في عشرينيات القرن العشرين في روسيا. لقد علّمَ بافلوف كلابه في المختبر ما يُسمّى الاستجابة الشرطية. يُعَرِّض الكلب في القفص لرنة جرس يتبعها تقديم طعام. ويعرضه في محاولة ثانية إلى ضوء متبوع بصدمة كهربائية على ساقه. ومن خلال تكرار هذه المحاولات تعلّمَ الكلب أن يستجيب للجرس بسيلان اللعاب قبل تقديم الطعام والاستجابة بالارتجاف لرؤية الضوء قبل الصدمة. كانت هذه التجارب في أساس ما يُسمّى التعلم الشرطي الذي راجت تطبيقاته في كل مكان.

ولقد أتى سكنر بعده وطوّرَ هذا النوع من التعلم الشرطي من خلال التعلم بالتعزيز المستمرّ والمتقطّع، والذي عرف رواجاً هائلاً في التربية والتعليم وفي تعديل السلوكات غير المرغوبة. وأعمال كل من بافلوف وسكنر تدخل في أساس ما يُسمّى المدرسة السلوكية في علم النفس.

توفي بورهوس فريدريك سكنر في العام 1990، أي بعد عام من ابتكار الشبكة، وبالتالي لم يتسنَّ له رؤية أعماله تصبح الإطار المرجعي للسلوك الذي تحاول المنصات الرقمية الكبرى إنتاجه لدى المستخدمين لها. إلا أنه عرفَ بالمقابل مدى تأثيرها في صناعة اللعب، وخصوصاً ألعاب الكازينوهات.

تحاولُ كل مؤسسة تجارية فهم السلوك الإنساني بغية تحسين أدائها. هنا تُدَقَّق التفضيلات الفردية، وتُدْرَس العادات، وتُسَجَّل ردود الفعل بهدف التأقلُم مع ما تكشفه هذه العمليات. وهكذا هو حال المتاجر الكبرى (السوبرماركت) التي تزيد على الدوام من حجم وسعة عربات الزبائن (إذ كلما كبرت هذه العربات، كلما مال الزبائن إلى ملئها بالمشتريات)، وكذلك هو حال أمكنة عرض مختلف المنتجات (فتلك الأكثر ربحاً توضع في متناول اليد، بينما الأخرى توضع في أماكن أكثر هامشية)، ويضاف إلى ذلك تحديد المسارات التي يسلكها الزبائن داخل المتجر بهدف زيادة المشتريات في كل زيارة، حيث توضع المنتجات ذات الحجم الكبير ولكن الضرورية في نهاية المسار كي لا تأخذ مكان السلع الأغلى سعراً والتي لا حاجة ماسّة إليها. يعمل المهندسون من دون كلل كي يطلقوا ردود أفعال شراء تفرض ذاتها على الخيارات الفردية. لا شيء يترك للصدفة، إلّا أن المنظومة «أبعد ما تكون عن الكمال» لسببَين. إذ إن الملاحظات التي تقوم هذه الترتيبات عليها تنجز انطلاقاً من استطلاع آراء مجموعات ممثلة لمجمل الزبائن، ولا تقوم على أُسُس فردية. ومن ناحية ثانية فإن المتاجر الكبرى مع أنها تحاول، في عرضها للسلع، أن تنتج أجواء «أعياد واحتفالات»، إلّا أنها ليست متوجِّهة

كلياً نحو إنتاج المكافآت. إذ تبقى أماكن مصلحية تجارية تتجلّى فيها الاتجاهات الفردية (من قبيل الزبون المقتصِد، وذلك المتعجِّل لقضاء أمره) وهو ما يتعارض مع محاولات توجيه سلوك الزبائن. ولو أمكن للمتاجر الكبرى أن تؤسِّس ازدهارها على توليد العادات، إلّا أنها لا تستطيع بلوغ توليد إدمان فعلي.

أما الكازينوهات فأمرها مختلف، إذ إنها مصمَّمة بالأصل لتوليد عبودية نفسية مبنية كلياً على الاعتماد (مرحلة الإدمان التي تدفع إلى تكرار تناول المخدِّر أو المسكِّر) الذي تولده المكافأة العشوائية. ذلك هو حال ضبط عمل آلات ألعاب العملة المعدنية وترتيبها مكانياً. إذ تضع كل لاعب على تماس مع ربح ممكن حيث تظهر له ربح اللاعب على الآلة بجانبه للرهان الأكبر أو Jackpot (حيث تسقط كل القطع النقدية من الآلة)، ما يدفعه إلى متابعة الرهان بشكل اضطراري قهري. مع أننا هنا بصدد الطريقة الأبسط والأقل تعقيداً. تستخدَم في صالات الألعاب هذه كل المعرفة النفسانية التي تُوَلِّد عن وعي ورضى اضطرابات سلوك اللعب والإدمان عليه، ما قد يؤدي إلى الإفلاس. فاللاعب هو شبيه بالفأر في الصندوق الزجاجي الشفّاف. وتفسر خطورة هذه البيئة (بيئة اللعب المقامر) مسألة وضع ضوابطها وتقنين اللعب على آلاتها

تضع بعض المنصات الرقمية آليات مشابهة قيد التشغيل، من خلال الاستحواذ على انتباه المستخدمين لها بواسطة منظومة مكافآت عشوائية، يكون تأثيرها على من ينقادون لها مشابهاً لتأثير آلات النقود على اللاعبين. قد تبدو المكاسب الرقمية تافهة، إلا أن المنصات تتمتع بثلاثة امتيازات على الكازينوهات. فالملاحظات

السلوكية التي تجريها لتحسين منظوماتها تجرى انطلاقاً من مليارات البيانات المتضافرة مع البيانات الفردية لمستخدمها، ما يتيح الاقتراب من بيئة شبه شخصية بغية زيادة الفاعلية الإدمانية. ومع أن هناك نظرياً حدوداً عمرية (فمثلاً يتطلب فتح حساب على فيسبوك تجاوز عمر الخامسة عشرة)، فإن المنصات تتوجّه طبيعياً إلى الشريحة العمرية الأصغر سناً.

القدرة على القيام باختيار عقلاني لا يتعرض للإغراء الآني غير مكتمل بعد كلّياً عند الأطفال. إذ إنه يقع في المنطقة الصدغية الجبهية من الدماغ (المسؤولة عن العمليات المعرفية المنطقية واتخاذ القرارات). يثير الاختيار مواجهة ما بين هذه المنطقة، ذات الميل إلى إعطاء الأفضلية للمنطق والحسابات المستقبلية بعيدة المدى، ومنطقة أخرى -في الدماغ الأوسط- المسؤولة عن البحث عن اللذّة الآنية. وعندما تكون الإغراءات عديدة جداً خلال الطفولة، يتولد بعض التعب في اتخاذ القرارات، وبالتالي يتخلّى الشخص عن مقاومة المتعة الآنية التي يولدها المثير الإلكتروني، مهما صغر شأنه. وخصوصاً أن الإرضاء الآني يولد الدوبامين (Dopamine)(*)، وهو موصل اللذة الذي يرسل إشارة قصيرة إلى الدماغ البدائي دافعاً إياه

(*) هو موصل عصبي يسرع انتقال التيار الكهربائي ما بين الخلايا العصبية، ما يؤدي إلى حالة من النشوة الفائضة وفرط الحيوية والنشاط وقد يوصل إلى تضخم الشعور بالذات وقوتها. ومخدِّر الكوكايين يطلق الدوبامين ما يمدّ المتعاطي بذلك الشعور بالقوة والامتلاء والزهو.

إلى الرغبة في التكرار. فالإدمان هو اعتماد(*) على الدوبامين.

تحدثُ بعض التطبيقات تأثير المكافأة العشوائية. يحدث العبث العشوائي على تغريدات تويتر، أو الأحداث على فيسبوك، حيث تتراوح المعطيات من الراقية إلى البائسة، ومن النافعة إلى التافهة، ومن الجادة إلى الصبيانية، تحدث تأثير اللعب على آلة النقود التي تعطي أحياناً خمسة سنتيمات، وأحياناً أخرى 100000 يورو. والأمر ذاته ينطبق على تطبيق المواعدة تندر، والذي يفترض تطبيقه استعراض كمية من الأشخاص بمسح الشاشة بواسطة الإبهام وصولاً إلى التوقف عند أولئك الذين نحب أن نتواصل معهم. في هذه الحالة يشتغل البرنامج الرياضي الذي يقدم مختلف الأشخاص وكأنه الهدّاف الذي يقترب شيئاً فشيئاً من أذواق المستخدم المحددة بمقدار ما يراكم عنه من بيانات تُعَرِّف عن ميوله الفعلية. إلا أن النتيجة قد تكسب على صعيد التوقع ما تخسره على صعيد الاحتمال، وبالتاليّ قد يصبح استخدام التطبيق تحت سيطرة المستخدم ومعه يتبدل متوسط وقت متابعة موقع المواعدة. لذا ذكاء موقع تندر الاصطناعي يشتغل بطريقة معكوسة. إذ يحافظ على وتيرة التناوب ما بين ظهور

(*) اعتماد (Dépendance) هو إحدى مراحل الإدمان التي تبدأ بالتحمل (Tolérance) حيث يصبح الجسم قادراً على تحمل سموم الكحول. ويزداد التحمل تدريجياً بحيث يصبح الجسم معتاداً مرحلة التعود على الكحول ويشعر بالحاجة اليومية للتعاطي. ويأتي الإدمان (Addiction) في المرحلة الأخيرة حيث يصبح المتعاطي أسير الكحول أو المادة المخدِّرة مع تباعد متزايد عن الحياة العادية والقيام بأعبائها، إذ يصبح التعاطي هو محور حياته، وهو إذا امتنع أو حرم من المادة يدخل في نوبات من الآلام والذعر لا تهدأ إلّا بتناول الجرعة.

الشخصيات القريبة من الخيارات السابقة والتي يحتمل ان تُوَلِّد ارتياح المستخدم، وظهور الشخصيات الأقل تكراراً من حيث اختيارها. وهكذا يتم الحفاظ على الطابع العشوائي بحيث يبقى المستخدم متعلقاً بالموقع وتشغيله. والاتجاه الملاحظ لدى مجمل المنصات، يذهب باتجاه تغذية توصياتها وإرادتها، لتوسيع مدى عروضها كي تخرجنا من الفقاعة التي سجنتنا فيها العروض القديمة المستندة إلى سلوكات ماضية أو مشابهة. تسمح «اللُّقيا بالصدفة خلال البحث» كذلك بربط النتيجة بقسط من عدم التأكد، ما يتيح توليد إمكانية الإدمان لدى المستخدم، حيث يخيب أمله أحياناً، بينما يسعد أيما سعادة في أحيان أخرى.

لا تقتصر الخدمات الرقمية على مجرد تعليمات علم النفس السلوكي على منظومات المكافآت العشوائية. وإنما هي تبني تشغيل التطبيقات الأكثر استخداماً على كل من الحاجة إلى اكتمال إنجاز المهامّ والحفاظ على قضية التعب المرتبِط باتخاذ القرارات وكذلك نظرية التجربة الفضلى (الربح الأكبر، أو السعادة الأكبر). وتتبنّى في كل مرة الهدف الرامي إلى زيادة الوقت الذي يقضيه المستخدم على الشاشة على أمل إيصاله إلى فقدان سيطرته على وقته والانخراط المفتوح في اللعبة.

وضعت عالمة النفس الروسية بلوما زيغارنيك (1901-1988)، ومنذ العام 1929، الإطار النظري لاكتمال إنجاز المهامّ، والمعروف بتسمية «أثر زيغارنيك». ويتمثل الأمر في اعتبار جملة أفعال على أنها مترابطة، ويتعين أن يتسلسل تنفيذها من دون توقف، وهو ما

يولد عدم الاكتمال، دافعاً الشخص إلى أن لا يشعر بالراحة والرضى إلّا بعد نهاية سلسلة الأفعال متناسياً حرية اختياره خلال مختلف المراحل. وليس من الهام ما هي قيمة كل فعل، إذ لا شعور بالخلاص إلا بعد الانتهاء من إنجاز مجمل المهامّ المطروحة.

تشتغل منصة الفيديو من خلال الاشتراك بموقع نتفليكس (Netflix)(*) للمسلسلات والأفلام بالطريقة ذاتها. إذ تهدف برمجة قنوات التلفزيون لسلسلة من الحلقات بمعدل حلقة في الأسبوع إلى خلق نوع من الروتين، أو العادة. ويتلخّص الأمر في إجراء جرعات جذابة: إذ ترضي المشاهد بشكلٍ يدفعه إلى العودة إلى المسلسل مع توقف كل حلقة عند عقدة تبقيه على تعطشه لمعرفة الحل، وبحيث لا ينسى العودة إلى مشاهدة الحلقة التالية من المسلسل. يجرى هذا النوع من المسلسلات على نتفليكس عادة، إنما هندسة الموقع، وعلى غرار بعض المسلسلات المكتوبة خصيصاً لهذه المنصة، تقوم على نظرية الاكتمال المبيّنة أعلاه، لدفع المشاهد إلى العبور من العادة إلى الإدمان. وليس المهم هنا نوعية المسلسل وقيمته، وإنما خلق حالة من الإحباط والتوقُّع المرتبطة بالمشاهدة غير المكتملة. يرمي تسلسُل عرض الفيديوهات إلى الحيلولة دون قطع الاعتماد على المشاهدة من خلال إغراءات أخرى. وتتعزّز هذه الآلية من خلال إمكانية التشغيل الذاتي التي تتيح مشاهدة تسلسل الحلقات من دون الحاجة إلى القيام بحركة ما أو التعبير عن إرادة المشاهدة. تستدعي

(*) هي خدمة متواصلة تسمح للمشتركين فيها أن يشاهدوا خلال اشتراك شهري، تنوعاً كبيراً من المسلسلات والأفلام والوثائقيات الشهيرة وسواها من خلال أجهزة موصولة بالإنترنت.

هذه الحالة نظريات تَوَلّي الأمور نيابة عن الشخص بما يجعله معتمداً على بيئة تريحه من همّ اتخاذ القرار. وهنا يترك المشاهد ذاته تنقاد سلبياً إلى عالم فائق الجاذبية والإثارة لاستجاباته. وسرعان ما يصبح هذا الارتياح المحبَّب في البداية، ضرورياً، ويتغلب من ثم على مركز الضبط والقرار في الدماغ.

وتشكّل نظرية التجربة الفضلى (نظرية الاستغراق) التي طوّرها عالم النفس الكرواتي مايهالي تشيكزنتمايهالي(*) أداة أخرى من أدوات علم النفس السلوكي التي تستخدمها المنصات الرقمية، وخصوصاً تلك منها التي تعرض ألعاباً جدّ بسيطة ظاهرياً (من مثل كاندي كراش). إذ تعرض الخوارزميات (التصميم الرياضي للبرنامج الرقمي) تجربة مختلفة لكل لاعب. وليس المطلوب هنا تكييف مستوى الصعوبة بشكلٍ دقيق، وبحيث يتوافق مع مستوى قدرة اللاعب بالضبط. فهي ليست سهلة جداً، ولا هي صعبة جداً بحيث يصبح الانخراط في اللعبة شبه آلي، ما يوفّر الرضى والارتياح الشديدَين بحيث يُنتزع اللاعب من بيئته المباشرة ومختلف همومها. وعلى الرغم من الإخراج «الرياضي» مع نظام نقاط ودرجات ورُتَب، ولكننا لسنا هنا بصدد منافسة وتفوُّق على الذات أو على

(*) تشيكزنتمايهالي (Csikszentmihalyi): عالم نفس معروف طوّرَ نظرية التجربة الفضلى أو بتعبير آخر نظرية الاستغراق في العام 2002. ويحدث هذا الاستغراق حين نصبح منخرطين وجدانياً وذهنياً وبإرادتنا في أنشطة تتطلب مهارة عالية وتمثل تحدّياً ولكنها قابلة للتعامل معها حيث نكون مدفوعين ذاتياً للإنجاز. يصبح الواحد منا في حالة استغراق حين ينلمج فيما يعمل ويشكل له تحدياً وبحيث ينسى ذاته وتعبه وكل من وما حوله فتصبح المهمة هو، ويصبح هو المهمة. تلك هي أعلى حالات الإبداع.

الآخرين، وإنما بصدد توليد مشاعر الاندماج في الشاشة التي ترعى اللاعب.

جحيمنا اليومي هو نحن ذاتنا. إذ من دون استراحة ممكنة، فإننا نستغرق في السهر من دون توقف، ونحن مشبعون بالدوبامين. يعلي الاستنفار الدائم، واستغلال سلبيتنا، وتملق نرجسيتنا، وتعهدنا بواسطة الإعلان الملحّ عمّا سيأتي، وجودنا الرقمي. كنا نريد حرية الاختيار، ونشوة السيطرة على المعلومات والإشارات إلّا أن واقعية الاعتماد تتربّص بنا. فأدوات التحرر والانطلاق التي «لن تسبب أي ضرر» تبعاً للشعار التاريخي المرفوع من قبل غوغل، قد طورت تقنيات وضعتنا على طريق النكوص(*)، ولا تتيح لنا أن نخرج من التجربة من دون معاناة ألم الفراق. ويدّعي بعض قادتها (غوغل) قائلين: «إننا لم نتقصّد ذلك». إلّا أن الوقائع تثبت العكس.

(*) نكوص (Régression) هي حالة نفسية تعني الارتداد إلى مرحلة سابقة من النمو التي تجاوزها الشخص، أي العودة إلى حالة أكثر طفلية أو بدائية تحت تأثير عوامل ضاغطة.

الفصل الثالث

طوباوية (يوتوبيا)(*)

(*) يوتوبيا (Utopie) وبالعربية الطوباوية. تحيل في الأصل إلى مدينة أفلاطون الفاضلة، وتعني في الاستخدام الشائع الحالة المثالية بعيدة المنال لأنها تتجاوز الواقع الموضوعي ومقتضياته. ومنها التفكير الطوباوي الذي يحلّق عالياً في المثاليات بمثابة حلم أو أمل يتعذر تحقيقهما. ولقد درج استخدامها في العربية بلفظها الأجنبي.

هل موت الحلم يطلق موت الحالم؟

بتاريخ الثامن من فبراير من العام 2018 توفي جون بيري بارلو (John Perry Barlow) أثناء نومه، وهو الذي كان وجوده مليئاً بالصخب والغضب. مرَّ موته مرور الكرام على عكس حياة جعلت منه أحد أنبياء أيديولوجيا الحرية المطلقة، وأحد مؤسّسي الشبكة الرقمية.

إنها لظاهرة غريبة توارد الأفكار هذا. فهل هو إيقاع اسمه؟ من دون شكّ. إذ كلما تذكرنا اسم جون بيري بارلو يخطر على بالنا أغنية بوب ديلان بعنوان John Wesley Harding التي تصل إلى أسماعنا: «سافرَ بمسدس في كل يد، (. .) إلا أننا لا يمكن أبداً أن نقول إنه جرح رجلاً شريفاً». كان جون بيري بارلو يملكُ كل صفات المغامر اليائس، «كاوبوي فضائي مسلّح حتى الأسنان، برداء أسود، ووريث أدبي لوالت ويتمان»، وذلك تبعاً للوصف الذي قدمته عنه مجلة ذي إيكونوميست (*The Economist*).

لقد اتّخذَ على التوالي عُدداً لا متناهياً من الهويات، وطوّرَ تعدُّدها على غرار فصول الرواية الأميركية الأخيرة التي أراد أن

يجعلها لحياته. فطَوراً هو ذاك المورمون(*) من وايومنغ، وطَوراً مربٍّ للمواشي بصحبة جون كيندي الصغير، وأحياناً سجين في كولورادو، ثم من راكبي دراجات السباق، وشاعر، ثم نزيل دار نيويوركية في ميلبروك مهووساً بتيموثي ليري، ومن أنصار المخدّرات المهلوسة (LSD)، ولكن أيضاً الناطق باسم المرشحين الجمهوريين، وقد يكون مروّج كوكايين وطالب علوم الدين، وكاتباً في بعض الأوقات، وصديق الطفولة لبوب وير وهو موسيقي يعاني من عسر القراءة، وقائد فرقة الروك Greatful Dead الخارجة على التقاليد، التي سادت خلال ثلاثين سنة في خليج سان فرانسيسكو، وتعزفُ ألحاناً موسيقية مرتجلة وإباحية. بارلو، الوفي في صداقاته، سواء في المصاعب أم في المشاريع، صاحب قلم سيّال أسعفه في كتابة عدة قصص كلاسيكية: **كاسيدي، إنه أشبه بالمطر، مكسيكالي بلوز، الجحيم في الدلو.**

قامته تحملُ آثار حياة أثقل عليها الدهر، ويعبِّر محياه عن الرغبة في الصدام ويتمتع بروحية ألاعتزاز بالانتماء إلى أرستقراطية موسيقى الروك. كما يرغب بأن يقدَّم بمثابة «مؤلف أغاني الـGreatful Dead». كانت أول مرة قابلته فيها، في مايو 2011 بمناسبة إحدى تلك «القمم» الرقمية التي تجمع مجمل القطاع، وخصوصاً أميركيو سيليكون فالي. إلّا أن اللقاء كان في باريس. إذ ينظِّم القصر الرئاسي وكبرى شركات الدعاية الفرنسية حدثاً فخماً

(*) المورمون طائفة مسيحية تقطن ولاية وايومنغ الأميركية، ويتميزون بالتشدد في الطهر: عدم شرب الخمر، والامتناع عن مشاهدة التلفزيون، وكذلك تعدد الزوجات.

وطنّاناً للثمانية الكبار في الإلكترونيات (eG8) في حدائق التويلري الشهيرة، جمعَ رؤساء الإنترنت وما يُدعى الصناعات الثقافية. وكان بالإمكان رؤية مارك زوكربيرغ، مؤسِّس فيسبوك، في مقهى ستارباكس في الأوبرا بشكل لا يلفت النظر مطلقاً.

نظّمت مناظرة حول الملكية الفكرية تبدو مُخْتَلّة ضمّت خليطاً من المشاركين: وزير الثقافة الفرنسي، الرؤساء الكبار للسينما الأميركية، كبار ناشري أو رؤساء بيوتات الأسطوانات المعروفين بدعمهم للسياسات الهادفة إلى ضبط الإنترنت ومستخدميها، إلى أقصى مدى ممكن. ناهيك عن عدم التفريق ما بين النُّسخ الأصلية والمقلّدة، وتناسي دور غياب التشريع في نمو القرصنة، والتغطية على الدور الغامض لمقدّمي الخدمات، والخلط ما بين الدفاع الضروري عن حقوق المؤلف والمنتج، وبين الدفاع عن قِيَم الصناعات الثقافية الموروثة من القرن العشرين، وخصوصاً توكيد صدارة حقوق الملكية على ممارسة الحرية الشخصية على الشبكة. وهنا تمَّ البحث عن جون بيري بارلو، وهو القرصان، الذي انضمَّ إلى مجتمع القراصنة منذ العام 1989، كي يفجّر كل قضايا الملتقى.

قدمَ من الكواليس وهو يعرج قليلاً، مربوع القامة، ملتحٍ، يلبس السواد، ويتكئ على عصا، وزجاجة الويسكي في يده. ومع أن حضوره فرضَ ذاته، إلا أنه كان حارّ العواطف، متنبّه، ولا يراعي أحداً. ولقد أجاب، بصوت مبحوح، على رئيس شركة الأسطوانات الذي حيّاه قائلاً: «صباحك طيب، نحن زملاء، أنا أيضاً في تجارة الموسيقى»، فأجابه: «كلا، أنت نشاطك في مجال البلاستيك. بينما أنا في مجال الموسيقى».

كان بارلو الأب الرمزي لآخر يوتوبيا القرن العشرين. يستلهم مرح فرقة الروك Greatful Dead الذين اجتاحوا المعلوماتية في بداياتها، والمقرّب من مؤسسي مجلة وايرد (*Wired*)(*)، التي أنشأت مؤسّسة الآفاق الإلكترونية (EFF)، وهي جماعة ضغط تحارِب كل ما يبدو لها أنه محاولة لإعاقة الحريات الرقمية.

كتبَ بارلو في الثامن من فبراير 1996 ما يُعتبر النصّ التأسيسي لليوتوبيا الرقمية من موقعه بمثابة داعٍ للحرية المطلقة (Libertaire)، والرافض حتى العظم للدولة، ما دفعه إلى معاشرة الفوضويين، والجناح اليميني من الحزب الجمهوري في الآن عينه، وهو أيضاً المزدري الذي لا يكلّ لكل محاولات امتلاك الدولة للشبكة الرقمية، ويحمل النص عنوان: **إعلان استقلال الفضاء السيبراني**(**)، أي ذلك العالم الذي هو «في كل مكان وفي لامكان»، من دون حيّز جغرافي ولا واقع فيزيقي، والذي يتمثّل مبدأه الوحيد في حرية الوصول والتعبير من دون أية عوائق، من أي نوع كان. ومع أنه مجرد ردّ فعل غاضب ضدّ وضع قانون حول الاتصالات السلكية

(*) مجلة أميركية شهرية منشورة على الشبكة وورقياً وتركّز على كيفية تأثير التقنيات الناشئة على الثقافة والاقتصاد والسياسة.

(**) الفضاء السيبراني (Cyberspace) هو طاقم من منظومات المعلومات المرتبطة فيما بينها، وكذلك البشر الذين يستخدمون هذا التفاعل مع هذه المنظومات. ولقد جرى استخدام هذا المصطلح لوصف أي شيء تقريباً له صلة بالشبكات والحواسيب ومنها المجال الأمني. والمصطلح مشتق بالأصل من مصطلح السيبرانية (القبطانية بالعربية) وهي مقاربة عابرة للمذاهب العلمية لاستكشاف المنظومات التواصلية وتتميز بالضبط الذاتي من خلال إرجاع الأثر (Feedback) المميّز لتفاعلاتها.

واللاسلكية، فإن إعلان الاستقلال هذا سرعان ما اجتذبَ مئات آلاف المساندين، وبحيث أصبح ميثاق كل أنصار الحرية الرقمية، بمن فيهم القراصنة، والمطوِّرين والمفكِّرين، والمتحمِّسين للتقنيات.

تبنّى المؤسِّس للشبكة بمثابة شعار قولاً للرئيس الأميركي توماس جفرسون مقتبساً من مذكراته حول فرجينيا، وفحواه: «فقط الخطأ يحتاج إلى دعم الحكومة. فالحقيقة تستطيع تدبُّر أمرها وحدها». لقد أُنسِيَ هذا الإيمان، كما تقادم النص، نظراً إلى سذاجته. فأولئك الذين يطالبون به كلّياً أصبحوا أقلية، إلا أنه ما زال بمثابة العَمود الفقري لأحلام البدايات الرقمية، التي تعارض كل تدخل يمكنه أن يحدَّ من ممارسة الحرية الجماعية.

إنه يرفض كل سلطة باسم المستقبل: «بالأمس وقّع غبي البيت الأبيض الآخر مرسوم تعديل تيليكوم لعام 1996 (. .). يرمي هذا التشريع إلى فرض قيود على الحوارات على الفضاء السيبراني أكثر تشدُّداً من تلك القائمة حالياً في مقهى مجلس الشيوخ. (. .) لقد وضع هذا القانون ضدّنا من قبل أناس ليس لديهم أية فكرة عمن نحن، ولا عن إلى أين تتوجّه محادثاتنا. وكأن الأميين يمكنهم أن يقولوا لك ماذا تقرأ (. .) فليذهبوا إلى الجحيم».

يلي ذلك شهادات إيمان وضعية(*)، تربطُ تطور الرقمي بنشوء إنسانية أفضل.

«يا حكومات العالم الصناعي، أنتم العمالقة المتعبون من لحم وفولاذ، إني آتيكم من الفضاء السيبراني، مسكن الروح الجديد. أنا

(*) فلسفة وضعية منطقية تنادي بالانطلاق من الواقع الملموس.

أدعوكم باسم المستقبل، يا رجال الماضي أن تتركونا وشأننا. فأنتم لستم مرحّب بكم بيننا. ليس لكم سلطة سيادية حيث نجتمع نحن (. .). الفضاء السيبراني يخرج عن سلطاتكم وحدودكم. ولا يخطر لكم أنكم تستطيعون بناءه (. .). فهو منتَج طبيعي، ينمو بعملنا الجماعي (. .). فالفضاء السيبراني مكوَّن من تبادُلات، وعلاقات، ومن الفكر ذاته، مشكِّلاً موجة ثابتة في شبكة اتصالاتنا. عالمنا هو في كل مكان وفي لا مكان في الآن عينه، إلّا أنه ليس موجوداً حيث تعيش الأجساد (. .). فمفاهيمكم القانونية حول الملكية، والتعبير، والهوية، والحركة، والسياق لا تنطبق علينا. ذلك أنها تقوم على المادة، وليس هنا من مادة (. .).

إننا نعتقد أن نظامنا ينبثق من الأخلاق، ومن الدفاع المستنير عن المصلحة الخاصة، والمصلحة المشتركة (. .). أنتم مرعوبون من قبل أطفالكم، لأنهم مولودون في عالم سوف تكونون فيه دوماً من المهاجرين (. .). وسوف تستمرُّ صناعاتكم البائدة بشكل متزايد على الدوام في اقتراح قوانين (. .) تقترح أن الأفكار ما هي إلّا منتج صناعي كسواه، وليس أكثر نبلاً من الحديد الخام. أما في عالمنا، فإن ما يمكن أن يبدعه الفكر الإنساني يمكن أن يُنتَج ويُوزَّع إلى الأبد، وبلا أدنى سعر. المسار الإجمالي للفكر لم يعد بحاجة إلى مصانعكم (. .).

سوف تخلق حضارة الفكر في الفضاء السيبراني. وأملنا أن تكون أكثر إنسانية، وأكثر عدالة من العالم الذي صنعته حكوماتكم».

وبعد أكثر من عشرين سنة على إعلانه، يبدو إعلان استقلال الفضاء السيبراني أشبه ما يكون بضوء نجم ميّت، شاهداً على شيء

كان يلمع ولكنه لم يعد موجوداً. وتترجم نفحته أملاً يتغذى من فكر يفوق كثيراً مجرد وضعية (Positivisme) تقنية.

في المذكرات المنشورة بعد مماته بعنوان ليل الأم الأميركي، يروي بارلو اكتشافه المتصوِّف لبيير تيلار دي شاردان عندما كان في الثانوية. «لقد أمضيت خمس عشرة سنة من عمري في التفكير بأعماله خلال أسفاري، وفجأة تجلّت لي الحقيقة البديهية، فحلم تيلار كان بصدد البناء، وفي الواقع منذ العام 1844، حين طور صموئيل مورس أول تيليغرام». إذ يروي التاريخ أن أول تيليغرام حمل بمثابة نصّ السؤال التالي: «ماذا صَنَعَ الإله؟». بالنسبة إلى بارلو، فإن تيلار دي شاردان هو من وضع كلمات التجاوز المتعالي على الثورة الإلكترونية، ولم يتوقف منذ ذلك الحين عن تقديمه بمثابة نبي الأزمنة الرقمية وخصوصاً في أوساط WELL(*)، أي الرابط الإلكتروني لكامل الأرض، المؤسَّس في العام 1985 من قبل ستيوارت براند، وهو بريد إلكتروني، غير مرتبط بالإنترنت، يضم قراصنة ومثقفين من أتباع الجزويتي الفرنسي (تيلار دي شاردان).

كان بيير تيلار دي شاردان (1881-1955) فيلسوفاً، وعالم لاهوت، ورجل علم وإحاثي(**) مرموق. تدمج نظريته في التطور كلاً من العلم والتجاوز المتعالي (فلسفياً) في مقاربة واحدة، إذ إنها لا تتعلق بالمتعضيات (Organismes) الحية وحدها، وإنما كلاً من

(*) Whole Earth 'Lectronic Link.

(**) عالم يبحث في أشكال الحياة في العصور الجيولوجية السابقة كما تمثلها المتحجرات.

المادّة والفكر، وحتى الروح، في كل واحد. وتميّز هذه النظرية مراحل ثلاث تنحو نحو غائية تعمل كنوع من الكشف. تتمثل المرحلة الأولى في التطور الجيولوجي، أي الأرض ومحيطها، يتبعها التطور البيولوجي أو الأرض وكائناتها الحية. وينتج تطور الفكر خلق الوعي الكوني (Noosphère)، الذي يشعُّ خلال الطاقة المتحرِّرة بواسطة ممارسة الذكاء ومعارف الإنسان جمعاء. وأما الكشف النهائي أي الوعي الكوني فيؤدي، تبعاً لتيلار دي شاردان، إلى أزلية عالم المسيح.

ما يعلنه تيلار، في النهاية، هو خلق شكل من الوعي الكوني الشامل لكلّ الكوكب، والذي يربط ما بين كل حقول المعرفة. يشمل هذا الاعتقاد كلاً من الوضعية والروحانية، والإيمان في مقاربة تبتغي أن تكون علمية. يولد الوعي الكوني، على مستوى الكوكب، من الترابط المتبادل ما بين الأدمغة البشرية. وهو يضاف إلى أشكال التنظيم الأخرى، كي يؤسِّس لروح الأرض أو الكون.

بالنسبة إلى بارلو وأتباعه يتمثل الوعي الكوني (لشاردان)، أي تلك الشبكة الكوكبية المفكرة، وتلك المنظومة من المعلومات والمعارف المتقاسَمة بين البشر، وتلك الروح الجمعية الواعية لذاتها، كلها تتمثل في الإنترنت. وسوف يؤدي هذا الابتكار إلى قلب مصير الإنسانية رأساً على عقب، ويدفعه، كذلك، إلى عبور مرحلة إضافية من مراحل تطوره.

بقيَ هذا الاعتقاد مقتصراً على مجرد أقلية. إلا أنه غذّى غالبية التفاؤل الرقمي، بما فيه تفاؤلي أنا، على اعتبار أن وضع معلومات غير محدودة وبدء اقتصاد تقاسم تشاركي بتصرُّف الجميع، هو بمثابة مراحل

بسيطة وغير ذات أهمية وصولاً إلى شيء أكبر بما لا يقاس ينهض بالحضارة. إذ أطلق الفكرة القائلة إن هذه العملية تمتّ إلى حتمية كان يمكن لبارلو أن يصفها بالإلهية، وأنها حتمية طبيعية لا يمكن لأي تدخُّل خارجي أن يقطعها أو يدمّرها. إذ حلّت محلَّ يد السوق الخفية يدُ الشبكة. ولم نكن ندري حينها أن سوقاً سيحل محل آخر.

خلال خمس عشرة سنة ازدهرت كلمات **إعلان استقلال الفضاء السيبراني**، وحُلم وعي كوني قيد التشكل، في مخيال ثقافة بوب معيّنة، وفي النظريات التي صبغت بطابعها تطور الاقتصاد الرقمي.

ذلك هو حال فيلم **أفاتار** لجيمس كاميرون عام 2009 الذي يروي رحلة فضائية إلى كوكب بعيد، هو كوكب باندورا (Pandora). ولقد جعلَ الطابع السامّ لجوّها من الضروري اتحاد حالات الوعي في جسد بيولوجي، مكّن من مورثات بشرية مع مورثات النافي، سكّان ذلك الكوكب، في مجاز يستدعي اتحاد الإيكولوجيا مع المثالية الرقمية.

كذلك هو الحال في مجال آخر بصدد نظرية حكمة الجمهرة أو الذكاء الجمعي. إذ طوّرَ جيمس سارويكي (Surowiecki)، على وجه الخصوص، الفكرة القائلة بأننا «أكثر ذكاء عندما نكون مئة عن ذكائنا عندما نكون وحيدين». ويبقى من بين الأمثلة الشهيرة الدالة على ذلك تقدير وزن بقرة بناءً لصورتها فقط. ذلك أن التفاعل ما بين عدد كبير من المشاركين المتّصلين بالموقع سمح لكلٍ منهم أن يصحِّح الآخر، وأن يدلي بفرضية مثمرة، تعبِّر عن تجربته. كانت النتيجة مذهلة حيث تمَّ تخمين وزن البقرة ضمن حدود عدة غرامات فقط. ولم يكن بإمكان أداء أي من المشاركين الفرديين على المسألة أن يوازي النتيجة

الجماعية. إلّا أن الفكرة لا تقتصر، مع ذلك، على مجرد إمكانية إحصائية مرتبِطة بحساب متكرِّر. إذ إنها تطرح الفرضية القائلة على الصعيد الاقتصادي بأن «العملة الجيّدة تطرد العملة الرديئة»، وأن الشبكة تصحِّح أخطاءها الذاتية، بشكلٍ شبه سحري. وحيث إن الوظيفة «التصحيحية الذاتية» مرتبطة بطبيعة التواصل البَيْني ذاته، يتعين، بالنسبة إلى أنصار حكمة الجمهرة، أن تكون الشبكة صافية ومتقنة، من دون احتكاكات، ومن دون تحيُّز تقني، وكذلك من دون تدخُّل من قبل المشغِّلين، إضافة إلى عدم القيود القانونية، ومن دون التميز الممكن بين المستخدمين للشبكة. يتطلب الأمر المساواة التامة المضافة إلى الحرية المطلقة كي يتم الوصول إلى الحكمة الكونية.

وبعد عقدَين يثبت الأمر بشكلٍ لا راد له: فالجمهرة موجودة هنا. إلّا أن الحكمة ليست حاضرة. فنحن بصدد اعتماد على الشاشات، وتدهور للسجال العام، واستقطاب للمجال العام، وصدارة الاستجابات المنعكسة (بمعنى ردود الفعل الآلية العفوية) على التفكير المتعمِّق، وتحول الساحة العامة إلى حلبة نزال: ذلك هو حال عصرنا، بخيره وشرّه.

طوباوية البداية هي بصدد موتها، إذ إنها تتعرض للقتل بسبب الوحوش الذين ولّدتهم. لقد تجاهلَ أنصار الحرية المطلقة قوتَين انتشرتا في غياب أي ضوابط، وهما: الانجراف الجمعي الناتج عن الأهواء الفردية، والقوة الاقتصادية الناتجة عن التراكم. ولا يعدو إدماننا على الشاشات سوى كونه نتاج الصلة القائمة ما بين الأهواء والقوة الاقتصادية، إضافة إلى البنية الاقتصادية الفوقية التي تجعلهما يغذّيان بعضهما بعضاً، ويعزّزان بعضهما بعضاً على حساب حريتنا.

الفصل الرابع

التوبة

راهنَ المؤمنون بالوعي الكوني الرقمي على العقل والتشارك للوصول إلى نوع من الروحانية الجمعية. إلا أن طوباويتهم تلاشَت كي تلتحق بالأنقاض المتراكمة للأوهام الخائبة. ولكن بجانب أولئك الذين حلموا بالعالم الرقمي، هناك أولئك الذين بنوا هذا العالم. تبرز إشارة ضعيفة هي بصدد التنامي في الحجم، تترسّخ مشاعر ذنب بعضهم بمثابة خطاب جديد، في حين يستمر مارك زوكربيرغ، رئيس فيسبوك، في مواجهة الاتهامات، ولكن دون أن يسائل طبيعة مؤسسته.

يحلُّ الاعتراف، بالنسبة إلى أولئك الجدد الذين يتلون فعل الندامة، محل الاعتذار، والاعتراف محل التفسير. «ماذا فعلنا؟»، إذ يبدو أن السؤال لا يزال رهن القلة فقط. وهو على ما يبدو، ليس مسموعاً، في مواجهة صخب مليارات رأسمال سيليكون فالي في البورصات، والأربعة مليارات شخص الموصولين بالشبكات، ومليارات الرسائل المتبادلة، والفيديوهات المسجّلة، والتغريدات المستمرّة. إلا أنها مجرد مسألة وقت. إذ قريباً لا يعود الإفلات من السؤال ممكناً وهو سؤال يتخذ شكل حكم بالإدانة.

بدء عرض الموكب. تطواف أصحاب الملايين الذين يجلدون ذواتهم بصدد مصادر ثرواتهم، كي يبدون دهشتهم علناً ممّا آل إليه حال مخلوقهم الرقمي. أولئك الذين يرسلون أطفالهم إلى مدارس غير موصولة بالشبكات، ويمنعونهم من استخدام اختراعاتهم الرقمية، وذلك على غرار ستيف جوبس مخترع الآيباد الذي يمنع دخوله إلى منزله. تُشَهِّر غالبيتهم بالآثار المدمرة للارتباط بالشبكات على سيكولوجية البشر.

ها هو شون باركر أحد مدراء فيسبوك السابقين، يصرّح علناً: «الله وحده يعلم ما نحن بصدد عمله بدماغ أطفالنا»، ويكشف أن الشبكة الاجتماعية التي عمل لمصلحتها هي بصدد استغلال نقاط الضعف النفسية لدى الأصغر سناً. ويلتحق به تشامات باليهابيتيا وهو بدوره من مدراء فيسبوك السابقين، وأصبح مراهناً مالياً ومدير أموال استثمار. كذلك هو شأن جوستن روزنشتاين مخترع زر «لايك» على فيسبوك.

أما تريستان هاريس، فهو يجسّد أيضاً هذه الحركة بشكل شخصي أكثر تمادياً. كان يشغل منصب المخطِّط لأخلاقيات المهنة لدى غوغل، أي أنه مكلَّف أن يطوِّرَ تصميماً لواجهة المستخدم تحافظ على إرادة المستخدم الحرة، لقد كان أول من قال إن المهمة التي أوكلت إليه كانت مناقضة للطبيعة الفعلية لمن يستخدمه. ولم يكن بالإمكان تجاوز هذا التناقض. إذ يصرح لمجلة 1843 التي تُصدِرها ذي إيكونوميست بما يلي: «إن الهدف الحقيقي لعمالقة التقنية الرقمية يتمثل في جعل الناس معتمدين عليها، مستفيدين في ذلك من هشاشتهم النفسية».

أخذ يتجمّع كل أولئك النادمين في روابط تحمل اسم برنامجهم، فلدينا: «حسن استخدام الوقت» أو «مركز التقنية الإنسانية»، وتتزايد أعدادهم خلال المناسبات ذات الطموحات متعاظمة الكبر، من قبيل المؤتمر بعنوان «الحقيقة حول التقنية» الذي نُظِّم في فبراير 2018، والذي يرمي، بين أهداف أخرى، إلى «الذهاب للنظر تحت الغطاء الساتر» بخوارزميات الشبكات الاجتماعية، وخصوصاً شبكات فيسبوك في المقام الاول. ولا أحد يعلم بعد هل سيلتحق بهم كل من كيفن سيستروم ومايك كريغر، مؤسّسا إنستغرام، وهي منصة الصور والفيديوهات و«الستوري» التي اشتراها فيسبوك في العام 2012، وتركا بعدها العمل في شركة مارك زوكربيرغ. تشبه هذه المغادرة هزّة أرضية في عالم سيليكون فالي المضطرب.

المؤسّس

الأكثر بروزاً من بين المعارضين الجدد هو في الآن عينه الأكثر نشاطاً. من المعروف أن الإله لم يعتذر يوماً عن خلقه للعالم. بينما يعتذر أب الإنترنت تيم بيرنرز-لي حالياً وبشكل علني. لقد أطلق مؤسسة، هي «مؤسسة الشبكة العالمية»، كي يدعم عمله. إذ يشرح، في مقابلة معطاة لـ **فانيتي فير** (*Vanity Fair*)(*) في يوليو 2018 قائلاً: «نحن نعرف الآن أن الشبكة قد فشلت. كان يجب أن تخدم البشرية ولكنها أخفقت. إذ إن تمركز الشبكة المتصاعد انتهى بأن أنتج ظاهرة مستجدة ذات مدى كبير تهاجم الإنسانية جمعاء. ولقد تمّ ذلك من دون فعل مقصود من قبل أولئك الذين صمّموا هذه المنصة».

(*) مجلة شهرية للتسلية، والسياسة، والتلفزيون، والأزياء، وأخبار الجمال.

تاريخ بيرنرز-لي معروف. فهو ابن عالمَين في المعلوماتية، نشأ في لندن، وهو موهوب في البرمجة المعلوماتية، حيث طوّرَ مبكّراً جداً منظومات تقاسم المعرفة. تخبرنا إحدى أولى ابتكاراته عن خصائصه وهي: EWUE (أي ابحث عن كل شيء في داخل كل شيء). أطلق في العام 1989، حين كان يعمل لدى CERN (المجلس الأوروبي للبحث النووي) في جنيف، أطلق أداة مخصَّصة للعلماء لمساعدتهم على تبادُل نتائج أعمالهم. جرَت البرهنة عليها، بعد عامَين في قاعة درس، في جوّ من اللامبالاة المتّسمة بالتهذيب. ولدت الإنترنت من خلال اشتقاقها من الـ أربانت (Arpanet) (وهي شبكة الدفاع التي ابتكرتها الولايات المتحدة). إلّا أن قرار ضمّ مبدأ صلات النصوص الفائقة (التي تربط البيانات والوثائق) إلى الإنترنت هو الذي أنتج الثورة الرقمية. وجعل نشر الشيفرة المنبع (Code source)(*) من الشبكة العالمية منصة للتبادل والتشارك، مولّداً أملاً ديمقراطياً لم يلبث أن تجاوز بسرعة إطاره التقني، كي يصل إلى المجتمع بأكمله.

بُنِيَت الشبكة، منذ البدء، على المبدأ المزدوج المتمثل بإمكانية الوصول العالمي المجاني، وتعاون مجمل المستخدمين بغية تحسينها وتنميتها. الفاعلية لا هوادة فيها. وفي غياب سلطة مركزية، فكل مستخدم حرّ في اختراع ما يبتغيه كي يغذّي الشبكة العالمية: إذ لا يطلب منه لا إذن ولا ترخيص. فللفرد مطلق القوة تجاه الشبكة.

(*) هي في الحوسبة أي مجموعة من الشيفرات، مع تعليقات، مكتوبة باستخدام لغة برمجة مقروءة إنسانياً. وتحول الشيفرة المنبع عادة بواسطة أحد المعالجين إلى شيفرة ثنائية (0 – 1) يمكن تنفيذها بالحاسوب.

ويبدو أن نجاح كل مشروع يتوقف على مهارة، وحدس، وإيمان من يشغله. وتتطور أسطورة «المرأب» (Garage)، التي تروي قصة ولادة نجاحات السيليكون فالي في مرفقات الأجنحة الكاليفورنية التي يشغلها طلاب عباقرة. ولا يتعارض الواقع التاريخي لعصر الإنترنت الأول مع هذه الرواية الخيالية. إلّا أن الأسطورة هي من الجمال بحيث إنها اقترنت بالروايات الدينية (الإسطبل)، أو بأولئك الذين اسّسوا ثقافة البوب (جماعات الروك)، وهو ما يفسّر ربما أنها استمرت لسنوات طوال بعد ذلك.

تأسّست الصيغة الأولية للشبكة على سُلطة التساوي في الارتباط بالشبكة. فكل مستخدم بإمكانه الوصول إلى كل المعلومات وكل المعارف، وفي هذه المنظومة اللامركزية، يبدو كل شخص قادراً على الاستمتاع بالقدر نفسه من السلطة. هناك، حالياً من يتجسّسون، ومن يتم التجسُّس عليهم، سواء من قبل الحكومات، أو من قبل الشركات المتعطّشة لبيانات المستخدمين للشبكة. فالمساواة الكاملة ولّدت عدم توازٍ غير مسبوق. وكما يشرحه بيرنرز-لي: «لم يسرق أحد شيئاً، إلّا أن هناك التقاطاً للبيانات والمعلومات ومراكمتها. فكل من فيسبوك وغوغل وأمازون، مع بعض الوكالات، قادرون على الضبط، والتلاعب، والتجسُّس بشكل غير مسبوق».

إنه لمصير غريب، مصير ذلك المخترع الذي يرى ابتكاره يكبر على الدوام، ولكنه لم يعد يتعرّفه. ومن عجيب الصدف أن هذا «المبتكر المشارك»، أي فينتون سيرف أصبح في الآن عينه «إنجيلي» (مبشّر إنجيلي) رقمي، عند غوغل. إذ أصبح الحيّز المكاني الجمعي الذي تصوره حالياً قطاعاً خاصاً. انتزع بعض الرواد، الذين أصبحوا

توسُّعيين، ملكيات الرواد من أمثالهم كي يجعلوا من هذه القارّة الرقمية مملكتهم الخاصة (فيسبوك زوكربيرغ مثالاً).

يحاول تيم بيرنرز-لي من الآن فصاعداً إعادة الارتباط مع الطوباوية الأولى الطامحة إلى إنترنت لامركزية. لقد ابتكر سوليد (Solid) وهي منظومة يمكن لجماعات صغيرة من المعلوماتيين فيها، محاولة بناء حلول تشاركية، من دون المرور بالمنصات التي أصبحت تدير حياتنا. أصبح أنصار المنحى التحرري يتصفون بالمقاومة. ولكن حيث كان يتوجب السيطرة، أصبح يتعيّن الآن استعادة السيطرة من جديد.

كلام بيرنرز-لي من ذهب. إنه يمهّد الطريق أمام التعبير عن شعور غامض يبقينا في حالة الصحو في الليل على ضوء شاشاتنا ذات الإشعاع الخافت، بينما تظهر التنبيهات في الظلّ، سواء أكانت هامة أو تافهة، على غرار نزول سائل المصل نقطة فنقطة في عروقنا في المستشفى، مغذّياً وحدة وجودنا الموصولة بالشبكات.

الخيانة

أنا واحد من أولئك الذين اعتقدوا.

ولم أكن وحيداً. إذ أسهمت، من خلال عملي في الرقمي منذ عشرين سنة، وبشكل محدود وجدّ متواضع، في ثورة المعلومات، والثقافة والمعرفة، المتوفرة للجميع وفي كل زمان ومكان من الكرة الأرضية، بهدف إطلاق ساحة مفتوحة تعزّز المناظرة الديمقراطية، وصولاً إلى صياغة اقتصاد تشاركي تعاضدي.

ولا أزال على اعتقادي هذا.

التوبة تنبّه الأرواح، إلّا أنها تغذّي الجبرية (المكتوب) في الآن عينه. إنها تدفع إلى الاعتقاد بالطابع الذي لا مناص منه لجبروت المنصّات، والاعتقاد بالأُفُق الذي لا يمكن تجاوزه لعالم رقمي منظَّم حول اشتغال هذه المنصات واقتصادها. يُغْرِق هذا الشعور أولئك الذين يقتسمونه في ورطة لا يمكن تجاوزها: فإمّا قبول الاعتماد على الرقمي وإمّا رفضه كلياً.

حان وقت استئناف المعركة من أجل شبكة عالمية متوجِّهة نحو التبادل والتشارك. وإلّا فإن موت بارلو لم يكن في نهاية المطاف سوى حفنة تراب تلقى على حلم إنترنت حرّ ومتحرِّر من كل القيود، لصالح فضاء سيبراني مغلق على المغامرين كي يسلموا أمرهم في النهاية للتجّار.

يتعيّن علينا أن نفهم ماذا حلَّ بنا.

إذ ولا أي لعنة ألفية، ولا أي حتمية تقنية يمكنهما أن يفسِّرا إحلال شريعة غاب المراكمة (المال والسلطة) محل المجتمع التشاركي، وإحلال صدمة الأهواء، محلّ المناظرة المفتوحة على الجميع، ولا كذلك إحلال مجتمع المراقبة محل التعاون الجمعي. ذلك أن وضعيتنا الراهنة هي نتاج اقتصادي متسيّب (دعه يعمل) خلطنا بينه وبين الحرية السياسية. فلقد أراد أنصار الحرية المطلقة إطلاق العنان للنقاش الحر فردياً وجماعياً، وها هم يشهدون على هيمنة رأس المال التقني لاقتصاد الانتباه.

لا يتعيّن علينا تلاوة فعل الندامة: فلقد تمّت خيانتنا بكل بساطة.

الفصل الخامس

الحاضنة الرقمية

تعلمنا ثقافة البوب أن لكل إمبراطورية نجمتها السوداء.

توجد نجمة إمبراطورية البيانات (Data) في قلب الجامعة التي تؤطر السيليكون فالي منذ عقود ثلاثة. فجامعة ستانفورد، وهي حاضنة الحالة الرقمية تمدّ حرمها في بالو ألتو على بُعد خمسين كيلومتراً جنوب سان فرانسيسكو. وفي وسط هذا الحرم توجد كنيسة بموزاييك وقناطر، إنه نصب كنيسة ستانفورد، وعلى بعد أمتار من النصب يأوي بناء حديث وجيد التهوية، مختبر تقنيات الإقناع، وذلك منذ إنشائه في العام 1998. يجمع هذا الاسم المفخم والمثير لشيء من القلق فِرَق عمل من المهندسين والطلاب، يقودهم منذ البدء الدكتور في المعلوماتية ب. ج. فوغ ذو الستين سنة من العمر.

إنه لشخص غريب فوغ هذا الذي يكتفي بالحرفين الأولين من اسمه ب. ج. بمثابة اسم شخصي، يلفظهما بلكنة كاليفورنية، بيجاي (Beyjay). إنه ذو قامة نموذجية للأميركي الأبيض من غرب الولايات المتحدة. مظهره رياضي، يلبس قميصاً غير رسمي برسوم مربّعة، أو قميصاً بنصف كم، ذو ابتسامة ملفتة، وخطاب مرتّب

الأفكار كأولئك المعتادين على التحدث إلى الجمهور. نشأ في أسرة من المورمون في بلدة فرسنو، واكتسب بداية شهرة عندما تقدم بأطروحة للدكتوراه حول «الحواسيب ذوات الكاريزما». تَدَّعي هذه الأطروحة أن الطريقة التي تتوجه بها الحواسيب إلى مستخدميها، في رسومها البيانية، وصياغة واجهة استخدامها، ولغتها هي بنفس أهمية وتأثير المعلومات التي تقدمها. وهكذا فسياق نقل الرسالة يشكِّلُ جزءاً من الرسالة ذاتها، والصلة التي تربط الإنسان بشاشة الحاسوب هي أكثر تعقيداً بما لا يقاس من مجرد علاقة إنسانية بأداة بسيطة.

وبعد مناقشة أطروحته وقبولها وجد فوغ التمويل اللازم لإنشاء مختبر في جامعة ستانفورد. وتمثل هدفه في: تطوير واجهات استخدام متلائمة مع معطيات أطروحته، وذلك قبل إنشاء الشبكات الاجتماعية بوقت طويل، في حين أن الإنترنت ذاتها تقتصر على مواقع ذات تعبير خطي مقنّن، تدخل إليه من خلال بوابات أو من خلال العناوين الإلكترونية مباشرة. وبعد أكثر من عشر سنوات، أصبح فوغ «المرشد الروحي الجديد الذي يتعيّن عليك قطعاً التعرّف إليه»، تبعاً لكلمات مجلة فورتشن (*Fortune Magazine*)، «صانعة أصحاب الملايين» والذي درّب أكثر من قائد من أساطير السيليكون فالي وشركاتهم الرقمية التي تتجاوز قيمتها مليارات الدولارات. مؤسّسا إنستغرام هما من الأكثر شهرة. يتجنّب بيجاي، الفخور بذاته، الظهور منذ اتهام فيسبوك بالتلاعب بالمشتركين فيه ومراقبتهم، وبحيث غيّر من أساليب تقديم أنشطته، وأصبح يكرر ظهوره العام في الملتقيات حول الصحة النفسية وحسن الحال في العمل. ولكن إذا كان الخطاب قد تطور، فإن طبيعة المنتجات التي تخرج من مختبره بقيت على حالها.

وهو يشرح قائلاً: «أحاول أن أجد كيف يمكن للحواسيب أن تغير ما يفكر فيه الناس، وما يعملونه. وكيف يمكن للحواسيب أن تحدث هذه التغييرات من تلقاء ذاتها. وعندما أتكلم عن الحواسيب، فإنني أتكلم عملياً عن كل التجارب الرقمية». وبمثابة تدليل على ما يقول، يحب فوغ أن يرسم رسماً بيانياً من حبتَي «بطاطا» ما يذكرنا بنظرية المجموعات. تُصَنَّف في دائرة أولى السلوكات الإنسانية إلى فئات مختلفة: تغيير الاتجاهات، والدوافع، والتلاعب بالعقول، والطاعة الطوعية. أما الدائرة الثانية فتمثل التقنية الرقمية، أي كل من: التطبيقات، والعوالم الافتراضية، والخدمات الرقمية، والبرمجيات. ويمثل تقريب إحدى الدائرتين من الثانية إلى حدّ التطابق بينهما المهمة التي اختارها مختبرَ تقنيات الإقناع لعمله، هو الذي اخترع مصطلحاً لتسمية علمه هذا أي علم الإقناع، وهو مصطلح «علم استقطاب الانتباه» (Captologie) أي فنّ شدّ انتباه المستخدم، سواء أراد هذا الأخير ذلك أم لم يرده.

لقد غمرتنا تقنيات المختبر جميعاً في مراهقة رقمية لا تنتهي. ذلك أن ملاحظة سلوكات المراهقين هي التي ألهمت علم استقطاب الانتباه. إذ يشرح فوغ قائلاً: «المراهقون متوجهون كلياً نحو المنافسة»، وهو يحلل دوافع هذه الشريحة العمرية التي تحب المقارنة، ومؤشرات الإنجاز (النقاط، المستويات، التقديرات) ولكنها تفضّل الانخراط فيها في إطار اللعب المحمي، والمستقلّ عن «الحياة الفعلية». تشكل المنافسة من دون نتائجها الواقعية نوعاً من فقاعة الرضى الذاتي الذي ينمي الفكرة القائلة بأن العالم القائم على لمس الأصابع (لمس مفاتيح الأجهزة وشاشاتها) هو أكثر إرضاءً من

العالم المحيط بنا. ومن هنا قدرته على الجذب، التي يشتغل عليها مختبر تقنيات الإقناع.

ولكي تُنَمّى قدرة جذب المنصات الرقمية وكفاءتها في استقطاب انتباه المستخدم كلياً، «فإن الحلقة الرابطة الناقصة ليست التقنية وإنما هي علم النفس». تُطَوَّر واجهات المستخدم الرقمية وأشكالها البيانية التي يبتكرها المهندسون العاملون مع فوغ، تأثيرها على عناصر السلوك الثلاثة المستقلة عن بعضها البعض الآخر، وهي: الدافعية، والمهارة (القدرة على الإنجاز الجيّد للعمل)، والعنصر المطلق، مكوّناً اجتماعياً قد يكون الرغبة في مقارنة الفرد لقدراته على الفعل وإنجازاته بقدرات الآخرين، وذلك تبعاً لنظرية المقارنة الاجتماعية التي طورها ليون فستنغر (Leon Festinger)(*) إلّا أنه قد يكون على صلة بالخوف. وهو الخوف الاجتماعي الطبيعي من أن يفوتنا ما لا يجوز أن يُفَوَّت، بينما أنه في متناول القريبين منا، من «أصدقاء» ومعارف. يطلق على هذا القلق المترافق مع الخوف من استبعادنا من خلال التجاهل تسمية فومو (FoMo)، أي «الخوف من أن يفوتنا شيء» (Fear of Missing Out).

يتمثل مجال نشاط علم استقطاب الانتباه في واجهات الاستخدام للإنسان-الآلة. وتمثل الرسوم الشكلية منتجه الرئيس، والذي تقاس نتائجه بمقياس الانتباه، الإرادي منه أو اللاإرادي، والذي ينجح في استقطابه لدى مستخدمي الخدمات الرقمية. وتتشكّل ثوابته الموضوعية في كل من عدد الاتصالات، ومدتها،

(*) عالم نفس اجتماعي أميركي.

وكذلك عدد التفاعلات على الشاشة. تمثل هذه الرسومات الشكلية الأدوات الرقمية للاستحواذ على الوقت الإنساني.

يتطلب الإجراء مقاربة وضعية، ويقترح الانقياد لقواعد أخلاقية. إلّا أن ثوابت إنجاز علم استقطاب الانتباه لا تفسَّر إلا ضمن إطار نماذج اقتصادية يتوقف رقم أعمالها على الوقت الذي يقضيه المستخدم على الشبكة تحديداً. من قبيل نموذج المنصات التي تعيش على الدعاية أو على اقتصاد الانتباه (الوقت المنقضي في المشاهدة عموماً.

وبغية استقطاب وقت دماغ الناس، أصبح رسم الشكل الخاص بالمستخدمين والمسمّى UX Design (أي تصميم تجربة المستخدم)، سلاحاً اقتصادياً أكثر فاعلية لأنه يحوِّل العادة إلى إدمان. يُسمّى تصميم واجهات المستخدم، في صيغته الأكثر عدوانية تجاه خرية اختيار المستخدم والذي يهدف إلى توليد الاعتماد، «التصميم المظلم» (Dark design)[*] إنه يرمي إلى شكل من قرصنة الدماغ (Brain hacking)، يستخدمه عمالقة الإنترنت بشكل تنافسي يشبه سباق التسلح. شرح بيل دافيدو، وهو واحد آخر ممن تلوا فعل الندامة من التقنية، في مقالة في مجلة ذا أتلانتيك (*The Atlantic*)، بعنوان «استغلال علوم الأعصاب (Neurosciences) في إدمان الإنترنت»: «يواجه كبار شركات الإنترنت الرقمية إلزاماً مثيراً للاهتمام إلا أنه قابل للمساءلة أخلاقياً يتمثل بالتالي: فإمّا أن يتوصلوا إلى قرصنة علوم

(*) هو أنماط غامضة من الرسومات الغرافية المشغولة بدقة على واجهات المستخدم لخداعه ودفعه إلى فعل أشياء من قبيل شراء بوليصة تأمين أو تغريره بشراء أشياء لسلبه نقوده.

الأعصاب كي يزيدوا من حصتهم في السوق ويحقّقوا أرباحاً طائلة، وإمّا أن يتركوا المنافسة تأخذ مجراها ويزولون مع السوق».

تقوم الحضارة الرقمية على البيانات، في جمعها واستعمالها. فالرأسمال الرقمي لا يعدو كونه رأسمال البيانات(*) إذ غالباً ما تمّت مقارنتها ببترول هذا الاقتصاد القادم، الضروري لكل إنتاج، والذي يوفّر ثروة لا تضاهى لأولئك القادرين على امتلاكها و«تنقيحها» في الآن عينه من خلال تحويلها إلى خوارزميات، إلّا أنها في شكلها الأولي، الخام ومن دون استغلال، جرى استعمال هذا البترول في اتجاه واحد وحيد، أي: فهم السلوكات بغية توقعها بشكل أفضل، وصولاً إلى التأثير عليها. وذلك سعياً وراء هدفَين رئيسَين يشبهان وجهي قطعة العملة ذاتها، أي: الرقابة بالنسبة إلى الأنظمة التسلطية، واستقطاب وقت الانتباه بالنسبة إلى اقتصاد الانتباه الليبرالي. وتبعاً لأقوال أندريه برتون (André Breton)(**)، يتستر التنقيب عن بترول البيانات على الهجمة على «ذهب الوقت».

الهجمة على الوقت

فرط إنتاج الإشارات هو نتاج الطفرة التقنية التي تتيح للجميع أن ينتج وينقل كلاً من المكتوب، والأصوات، والصور بكلفة الأدوات الرقمية التي بحوزة مليارات الأشخاص على الكوكب. إذ يَسَّرَ تكوين الشبكات خلق منصات تجعل ممكناً فيض من الإنتاج من دون حدود

(*) البيانات (Data أو Données) هي المعطيات الرقمية الخام، والتي تتحول إلى معرفة (Knowledge) بعد أن يتم معالجتها وتشغيلها.

(**) مفكر فرنسي سوريالي معاصر.

مكانية أو زمانية، سوى الحدود القانونية. تتوقف فاعلية هذا الإنتاج عملياً على عدد المستخدمين وغياب «الاحتكاك» في ارتباطاتهم المتبادلة. يشكّل، بالنسبة إلى الشبكات الكبرى، تأمين سريان الكمّ الأقصى من الإشارات، بين الكم الأقصى من الأشخاص، في أقصر وقت ممكن، وبغياب كل القيود، ضمانة للفاعلية. فكل الناس يمكن أن يبتكروا، والكوكب بأكمله يمكن أن يقرأ، أو يسمع، أو يرى هذا التراكم الهائل كما أُنتِج. فالعالم الرقمي في تنامٍ ثابت ومستمرّ، إلّا أن الوقت المتاح ليس مفتوحاً. على الأقل نظرياً.

أطلق عالم الاجتماع هارتموت روزا (Hartmut Rosa) مفهوم التسارع الاجتماعي، كي يصف الآلية الفاعلة في تحول المجتمعات التي تواجه التقدُّم التقني، وخصوصاً التقدم الرقمي. وهو يذكرنا بأن التصنيع، والإنتاج بالجملة، وبعضاً من تقاسم الثروات (الناتج، غالباً من خلال أواليات المجابهة والتفاوض) حمل معه مشروع إنتاج وقت متوفر للجميع. وتعيّن أن يزداد الوقت الحُرّ بمقدار انتشار النمو الاقتصادي، أي قيام «عالم متحرِّر من كل الإرغامات المرتبطة بنقص الوقت وهوس فرط الانشغال، عالم متحرِّر من ضغوط الوقت، وكان بإمكانه تحويل هذا المحصول النادر إلى مردود وافر». أو تبعاً لأقوال برتراند راسل (Bertrand Russel)(*) في عمله بعنوان **مديح العطالة عن العمل** (1932): «إن إحدى النتائج الإيجابية للثراء الاقتصادي

(*) فيلسوف وعالم منطق ورياضيات إنجليزي معاصر، وناشط سياسي، وحامل لجائزة نوبل، ومن أقطاب الفلسفة الوضعية المنطقية، وكان له ولأعماله تأثير كبير في الفكر الفلسفي والسياسي والإنساني المعاصر.

تتمثل في نمط من الحياة الهادئة والمتصفة بالانسجام». حتى أنه في العام 1964، قلقت مجلة لايف (*Life*) من فائض الوقت الحرّ ومن العواقب النفسية (من ملل واكتئاب) التي سوف يجلبها هذا الفائض على الحضارة الأميركية.

إلا أن العكس هو الذي حصل. «إذ لم يعد لدينا الوقت اللازم مع أننا نكسب منه بازدياد» كما يشير إليه روزا الذي يقدّم مفهوم التسارع الاجتماعي كي يفسر هذه الظاهرة. إن مجتمعاتنا مكوّنة على أساس زمني. ونموذجها الاقتصادي ليس معدّاً على أساس سرعة ثابتة: فالإنتاج يتطلب التسارع في الاستهلاك، بينما أن الفئات السكانية الأكثر غنى ليست في توسع متوازٍ. وهكذا أصبح الوقت هو المحصول الأكثر ندرة، أي المورد الأكثر طلباً، وهو المورد الذي يُبنى عليه مجمل النمو الاقتصادي الراهن.

حلّلَ عالم الاقتصاد رينو فيني (Renaud Vignes)، بمقالة في مجلة **محادثات** (*The Conversation*)، إلى أي حدّ أصبح الوقت محصولاً ثميناً، تبرر قيمته الإمكانات الاقتصادية، والتقنية، والسيكولوجية الهائلة التي توظّف للسيطرة عليه. فالوقت الفردي والاجتماعي أصبح حدوداً لا يمكن بلوغها. إنه يمثل مورداً حيوياً لنموذج الرأسمالية التقنية الحديثة التي ولدت بعد الصدمة الرقمية. يمكن «كسب الوقت» بطريقتين: أولاً من خلال اختصار الوقت اللازم للقيام بالأعمال المعتادة؛ ومن ثم، من خلال زيادة الإنتاجية من خلال السماح للمستخدم القيام بعدة أعمال في آن معاً. «إذ إن القيام بعدة أشياء في الآن عينه، والقيام بها بطريقة أسرع بشكل ضرورة ملحّة للنموذج الاقتصادي». ذلك أن قيمة الوقت تزداد نظراً

إلى ندرته، إلّا أن الثروة التي يمكن الحصول عليها منه يتعيّن أن تفوق هذه القيمة كي يتمكن النموذج من الاستمرار في نموّه.

يستحضر فيني بهذا الصدد الاقتصادي غاري بيكر (Gary Becker) الذي يشرح سلوك المستهلِك الرقمي من خلال القول بإرادة «تصعيد» استهلاك الخدمات والمنافع إلى الحدّ الأقصى تبعاً للوقت المتاح له. يصيغ كل قرار على شكل معادلة: الثمن الذي يتعين دفعه للمنفعة والوقت «الضائع» أو الذي يتم كسبه من خلال الحصول على هذه المنفعة. «ويمكن للمستهلك أن يحصل على الرضى ذاته من خلال مزج مختلف تشكيلات الزمن-الإنفاق انطلاقاً من الأسعار النسبية لكل من المنفعة والوقت المقضي للحصول عليها». وتمثّل إمكانية إكساب المستهلك وقتاً مكتسباً قد يعتبره أكبر من قيمة الخدمات والمنافع التي يتمنى الحصول عليها يزيد التسارع الاجتماعي بشكل لا راد له (لا يرحم) قيمةَ الوقت والتفضيل الذي يوليه له الأفراد، فيما ينخفض بالتوازي سعر المنافع.

انغرس الاقتصاد الرقمي في الاستحواذ الاقتصادي على الوقت. إذ بينما حلم به أنصار الحرية المطلقة بمثابة اقتصاد تشاركي، خلقه الممارسون التطبيقيون على شكل اقتصاد استقطاب الانتباه.

لا تعدو الخوارزميات كونها صيغاً رياضية تضع في معادلة الذكاء المطور انطلاقاً من مليارات البيانات المجموعة من قبل المنصات الرقمية الكبرى. الفاءات الثلاث (3 V)، أي كلاً من السرعة (Vitesse)، والحجم (Volume)، والتنوع (Variété) يتعيّن

أن تتوافق مع المعرفة العلمية القادرة على خلق الذكاء الاصطناعي انطلاقاً من هذه الثلاثية. اتخذ عمالقة الإنترنت الخيار الاقتصادي المتمثل بتوجيه خلق هذا الذكاء الاصطناعي نحو الاستحواذ على وقت مستخدمي المنصات كي يبيعونه بشكل أفضل لكل من المعلنين من جانب، وللخدمات الرقمية من الجانب الآخر(*) لقد كان مجرد خيار. وليس هناك أي إرغام تقني في هذه المسألة.

إذ وُضِعَتْ بيانات الهويات، والسلوكات، والسياقات على صلة بعضها البعض الآخر بحيث يمكن تحليلها، واستنساخها، وصولاً إلى توقع السلوكات والتأثير عليها. تشكل الخوارزميات التنبؤية آلات-أدوات إنتاج الوقت. وكلما تعرّفت إلى السلوكات بشكل أفضل، كلما أصبح بإمكانها تكييف الاستجابات للمثيرات الرقمية، وبالتالي تصميم المنصات والخدمات التي نقع أسرى لها.

الخوارزميات صيّادة الوقت

لا يقتصر كل الاقتصاد الرقمي على اقتصاد الانتباه، ولكن هناك ما هو أبعد من ذلك. إلا أن جزءه الأكثر بروزاً والأكثر تكراراً يومياً

(*) هناك تحالف مع طرف خفي ثالث هو أجهزة المخابرات والأجهزة الأمنية ووكالاتها. أبرز مثال على ذلك التحالف بين كل من فيسبوك وغوغل مع الوكالات الأمنية الأميركية على اختلافها، حيث توضع كل بيانات ومعطيات المستخدمين لهذين الموقعين في تصرف هذه الوكالات. وكذلك هو الحال في الأنظمة الرقمية الصينية. وهذا هو أخطر أبعاد هذه المنصات وخزانات معلوماتها والتي تخلق ما أسماه بعض الدارسين حالة «الإنسان العاري» حيث هناك تعريض كامل للخصوصية الفردية بمختلف أشكالها واستغلالها لأغراض التجسّس والملاحقة، إضافة إلى الاستغلال الاقتصادي.

هو كذلك بالتأكيد. تماماً كما هو حال خوارزميات الذكاء الاصطناعي الأكثر شيوعاً، أي تلك التي تحيط بنا وتدير أفعالنا أمام الشاشات.

حتى أن الفيلسوف برنار ستيغلر (Bernard Stiegler) أمكنه الكلام بصددها بحماقات مصطنعة، لا تحتاج لأن تكون بالغة التعقيد. إذ يتمثل هدفها الرئيس في اللعب على المحرّكات النفسية الحاسمة في تحويل السلوكات. يتعين بالنسبة إلى أوائل تعبيرات الذكاء الاصطناعي تأمين التواصل الدائم ما بين المستخدمين، والتفاعلات العديدة والأكثر تقارباً، مع الأفعال المتوافقة مع تعليماتها.

يذهب الفيلسوف إريك سادن (Éric Sadin) إلى القول بأن «الذكاء الاصطناعي لا يعدو كونه شكلاً من العقلانية التقنية الساعية إلى إيصال كل وضعية إلى حالتها الفضلى، وإرضاء عدد من المصالح الخاصة، وفي نهاية المطاف، إلى تغليب نفعية معمّمة». إنها تعبّر عن «إرادة الصناعة الرقمية في أن تكون إلى جانبنا بغية التأثير في حركاتنا من خلال الإعلان عمّا يفترض أن يلائمنا».

التوازن المستحيل

يشكّلُ استقطاب وقت المستخدمين الموصولين بالشبكة من خلال إغرائهم بأنهم يكسبون الوقت من هذا الاتصال، مفارقة اقتصاد الانتباه مستحيلة الحلّ. إنها حلقة مفرغة لا حلّ لها، حيث يستهلك الإنسان المزيد من وقته باضطراد كي ينتج عن ذلك كمية متزايدة من الوقت. إلا أن عملية الإنتاج هذه تتضمن أوالية استلاب، إذ تقوم عندها صلة اعتماد مع الآلة الرقمية التي تستولي على الوقت وتحوله وتنتجه. وبهذا المعنى أمكن للفيلسوف بيونغ-تشول

هان (Byung-Chul Han) أن يتكلم في كتابه بعنوان في السرب (*Dans la nuée*)(*) عن الاستعباد الذاتي.

ادّعاء وجود قيمة مضافة في أوالية الإنتاج هذه، أي إنتاج وقت أكبر من الوقت المستثمَر (على المنصة الرقمية) لهو أمر مشكوك فيه إلى حدٍّ بعيد. إذ يبدو المسار في اختلال دائم، ومحكوم بالهروب إلى الأمام، من دون وصول ممكن إلى المبتغى. أي أنه يتغذى ذاتياً: إذ إنه كلما نجح في خلق أدوات تتمكن من السيطرة على وقت المستخدِم الذي ما زال متوفّراً، كلما أصبح الاستمرار في ذلك أكثر صعوبة، بسبب التعب. حيث برهن الإدمان على المخدِّر على ذلك في العديد من المرات: فإشباع الحاجة إلى المخدِّر يؤدي إلى زيادة الجرعات. والأمر ذاته ينطبق على أسلحة استقطاب الانتباه والوقت: إذ يتعيّن عليها زيادة كمية التذخير (حشوة القذيفة) إذا أرادت الاستمرار في زيادة تأثيرها وزيادة نتائجها الاقتصادية. إذ يشبه استغلال الانتباه استغلال منجم مفتوح، حيث تكثر التكلفة، وتتزايد الصعوبة كلما استمرَّ الاستغلال. إلا أنه أكثر خطورة، بالنسبة إلى مستخدمي الرقمي الذين تحولوا إلى عمّال في منجم الوقت.

أصبح الحفاظ على الاستنفار دائماً من خلال الإشعارات المجنونة. حيث انضاف إلى الإشعار الذي يشير إلى حدث كبير، إشعار أحداث صغرى، ومن بعدها الأحداث الافتراضية، التي كان يمكن أن تقع، ووصولاً إلى غياب الأحداث. يجري الأمر ذاته على

(*) السرب (Nuée) من قبيل سرب الجراد أو الطيور، وهو تشبيه مجازي لانخراط الناس في سرب مستخدمي المنصات الرقمية، وما تؤدي إليه من الانقياد إلى عبودية ذاتية.

الشبكات الاجتماعية والتي تحولت من إشارة تعلنُ عن نشاط اجتماعي للأصدقاء إلى إشارة استنفار للدلالة على غياب هذا النشاط الاجتماعي (خلو الشاشة من النشاط). وليس هناك من حدود ممكنة، في البحث عن الانتباه.

الفصل السادس

توجيه المسار

لم يحدث أي شيء كما كان مخطَّطاً له.

مرَّ زمن كانت الإنترنت تحملُ فيه أرقاماً، من قبيل مسكوكات المستقبل التقنية قيد البناء(*) إذ ربطت الشبكة 1.0 المعلومات والمؤسسات وقادتنا إلى العام 1999، بينما أن نظام 2.0 أطلق التفاعل ووضع الأفراد على صلة بعضهم بالبعض الآخر. ولقد مهّد الطريق: حيث نظام 3.0 كان سيميائياً وربط المعارف فيما بينها، وقام نظام 4.0 بربط الذكاءات فيما بينها. وبرز توجيه مسار غير متوقع أدى إلى انحراف مسار الأمور. إذ إن شكل الإنترنت الجديد ليس سيميائياً وإنما تمَّ رسمه من قبل اقتصاد الانتباه.

المتّهم

قبل عشر سنوات لم يكن مارك زوكربيرغ مخترع فيسبوك ومديره يترك ملابسه الرياضية إلّا في مناسبة واحدة، وهي خلال مواعيده مع

(*) يقصد المؤلف بهذا التعبير أن بناء الإنترنت هو عملية تقنية مستقبلية أشبه ما تكون بِسَكّ النقود الذهبية.

رؤساء الدول. ومنذ ذلك الحين أصبح يظهر ببدلة وربطة عنق على أغلفة المجلات أو في جلسات الاستجواب في مجلس النواب في الولايات المتحدة، ولا يظهر عندها بمثابة ذلك النابغة العبقري في فيلم الشبكة الاجتماعية (The Social Network)، وإنما في وضعية المتّهم. وهو متّهم يدافع عن نفسه باعتباره بريء. وربما لم يسبق أن كان صادقاً إلى هذا الحدّ، كما فعل في مقابلة فيّاضة بالحديث، أعطاها لموقع ريكود (Recode)(*) في يوليو 2018. ولقد ذكرَ فيها الإطار الخاص بالولايات المتحدة والتعديل الأول للدستور، والذي يحمي حتى الرسائل التجارية: «لا يتمثل شغلنا، في فيسبوك، في أن يكون عندنا أشخاص يقرّرون ما هو حقيقي وما هو غير حقيقي. إذ إننا نلتزم بمبدأين أساسيَّين. يتمثل أولهما في إعطاء الناس وسيلة للتعبير وإسماع صوتهم، بحيث يمكنهم التعبير عن آرائهم، وهو أمر بالغ الأهمية. ونحن ندافع عن حقّ قول أشياء حتى لو لم تكن جيّدة». إلّا أننا نجد أيضاً في هذه المقالة دليل التعاليم الخاص بسيليكون فالي والمتمثّل في ثلاثة طروحات: أولها أن التقنية هي جيّدة في جوهرها لأنها تتيح للحرية أن تنتشر؛ كما أنها ثانياً يمكن أن تُفْسَد من قبل جماعات ذات نوايا سيّئة؛ وثالثها أن الحلول، في هذه الحالة، هي تقنية بالضرورة ولا يمكنها أن تكون سياسية.

«أعتقد أنه من الصائب القول إننا كنا جدّ مثاليين، ومهتمّين فقط بربط الناس فيما بينهم، وإعطائهم القدرة على التعبير. وممّا لا شكّ فيه أننا لم نتنبه بما فيه الكفاية للجوانب السلبية، إلّا أنني لا أريد أن

(*) موقع يكشف ويشرح كيف أن عالمنا الرقمي بصدد التغيير، وكيف أنه يغيّرنا في الآن عينه.

أعطي الانطباع بأننا لم نبذل الجهد الكافي لقضايا الأمن، في حين أن لدينا الآلاف من الأشخاص الذين يعملون على هذا الأمن، حتى قبل بروز الأحداث».

وفي مداخلة بعد أخرى، يستبعد رئيس فيسبوك دور نموذجه الاقتصادي من مجال تحليله. وكأن هذا النموذج الاقتصادي لم يلعب أي دور فيما آل إليه وضع منصّته. إلا أنه من الممكن، مع ذلك، إعطاء تاريخ للحظة التي انقلبَ فيها كل شيء.

في العام 2008 استقطبت شركة مارك زوكربيرغ شيرل سانديبرج للعمل لديها، وهي الآتية من غوغل. جلبَت هذه الأخيرة، ذات المسار الحافل، من هارفرد، إلى البنك الدولي، ثم ماكنزي والخزينة الأميركية، جلبَت إلى فيسبوك إحدى مهاراتها التي نمّتها حين عملت لدى غوغل، أي: الدعاية التي تستهدف جمهوراً معيّناً، والتي تمَّ إطلاقها في العام 2000 بعنوان: بيع الكلمات المفتاحية (Adwords).

طوّرَت غوغل هذا النشاط استكمالاً لمحرّك البحث الخاص بها: إذ بعد انفجار أول فقاعة إنترنت مالية في العام 2000، تعيّن العثور السريع على رقم مبيعات. إذ بدا طبيعياً استعمال بيانات بحث معيَّن (على غوغل) لاقتراح صلات ناتجة عن تبادل تجاري مع النتائج الطبيعية لهكذا بحث. ومنذ العام 2010، تبنّت الشركتان الرئيستان في سيليكون فالي، واللتان تَشْغَلان القسم الأكبر من زماننا، النموذج ذاته أي: ربط الدعاية مع البيانات الفردية.

كان القرار منطقياً، واتّضح أنه فعّال بشكلٍ مخيف. وبدءاً من العام 2018 أصبحت كل دعايات غوغل وفيسبوك مُؤَتْمَتَة (آلية)،

ومبنية على البيانات، ومنظّمة من خلال الخوارزميات. وأصبحت هاتان الشركتان بالتالي مربحتَين بشكل جنوني. إذ إن غوغل وفيسبوك يستقطبان ما بين 75 و80% من كل الإعلانات. ففي الولايات المتحدة، على سبيل المثال، يأتي 44% من دخل الإعلانات من المنصّات الرقمية (أي ما قيمته 90 مليار دولار من مبلغ إجمالي يبلغ 200 مليار، ويسجّل كل من غوغل وفيسبوك نصف هذا الدخل). وهكذا انتهى الأمر بالنموذج الذي تمَّ تبنّيه لتعزيز المشاريع التقنية إلى أن يصبح هو المشروع نفسه، أي أن: 98% من الأربعين مليار دولار التي تشكّل مداخيل فيسبوك تأتي من الإعلانات التي تستهدف المستخدمين. وانتهى الأمر بإجراءات تسهيل الخدمات بتحويلها إلى عملية اقتناص للمداخيل.

سوء التفاهم

يعود تاريخ حوار وسائل الإعلام (وخصوصاً الصحف) مع الشركات الرقمية إلى بدايات الإنترنت، أي إلى زمن الرواد. بإمكاني الشهادة على ذلك، حيث إنني أسهمت في هذا الحوار: كانت الأنظار متوجِّهة نحو التقنية التي تدير الرؤوس، وكذلك نحو المثل الأعلى السياسي المتطلع إلى الوصول الكوني إلى المعلومات. وهكذا قامَ الحوار، حين تمَّ ابتكار غوغل في العام 1998 بمثابة محرك بحث، ومن ثم بمثابة شركة خدمات هدفت إلى «تنظيم كل المعلومات المتوافرة». ولم ينقطع أبداً من ذلك الحين. وبالطبع، فلكلٍّ أسلوبه المختلف على هذا الصعيد. ترجمت جلسات العمل عند غوغل، إرادة شركة ماوتن فيو (مقرّ غوغل في كاليفورنيا) أن

تشكل جواز السفر الوحيد الممكن، للصحف ووسائل الإعلام الأخرى، للولوج إلى ما كنا ندعوه آنذاك الهجرة الرقمية. وكان فيسبوك، في بداياته، أقلّ مسايرة، وأكثر حرصاً على تحويل وسائل الإعلام إلى مجرد مزودين له.

إلا أنه كان في إقامة هذه العلاقات، في الآن عينه، وعداً بالنمو المشترك، واليقين بتنافس مقبل. تمثلت الكلمة المستخدمة، حينها، في تعبير Frienemy وهي دمج لكل من مفردتي صديق (Friend) وعدو (Enemy). ولم يتم الكلام إلّا قليلاً عن أثر المحاكاة ما بين كبار أقطاب الإنترنت، ووسائل الإعلام. إلا أنه أثر لا جدال فيه.

كعكة الحلوى بعيدة المنال

مدفوعون بارتفاع قيمتهم الهائلة في البورصة، وبتزايد المداخيل السريع، اقتصر عمالقة الإنترنت على تقليد الصحف، والإذاعات أو التلفزيونات، التي تعيش بفضل إعلانات تشكّل 60% من دخل الصحافة المكتوبة، و100% من مداخيل الإذاعات والتلفزيونات المجانية. ومع أنها رفضت أن تُعتبر بمثابة وسائل إعلام، كي لا تخضع للضوابط القانونية، إلّا أن المنصات تبنّت السلوك الاقتصادي.

تولت فكرتان تخفيف مخاوف المنافسة بالنسبة إلى أولئك الذين يتّخذون من المعلومات مهنة لهم: فمن ناحية أولى، ضمنت المنصات توفير زيادة في الاستخدام وفي الوقت المقضي على الشاشة، مولّدة بذلك غنيمة إعلانية جديدة. ومن ناحية ثانية فلقد كان حجم هذه الكعكة من الكبر بحيث كان كل طرف يأمل أن يأخذ

نصيباً وافراً منها (من أرباح الإعلانات). توافق هذا السيناريو الساذج مع رغبة ليس لها من الاقتصاد شيئاً: أي العمل على جعل الإعلام ذي النوعية متوفراً للكوكب بأكمله، من دون أي حواجز مالية، والإسهام بذلك في تنوع الأفكار وإطلاق الديمقراطية. يوجد في ذلك بقايا من تاريخ الصحافة الحديثة. إذ سمحت لها الإعلانات في أن تتكوّن بمثابة وسائل إعلام جماهيرية، من خلال الحصول على المزيد من المداخيل الضرورية للانتشار الواسع. وأسهمت، في نوع من المفارقة، في خلق صحافة «حديثة»: إذ تعين على الصحف اليومية، كي تصل إلى أكبر عدد من القراء، أن تعالج عدداً كبيراً من الموضوعات، ما عزّز الجانب الإعلامي العام على صعيد التحرير، وأطلق أخلاقيات المهنة الصحفية، على الرغم من نوع من الاعتماد على المعلنين، والذي حدّت منه كثيراً القواعد الصارمة للفصل ما بين المحتوى الصحفي، وإعلانات الدعاية.

إلّا أن البناء الفكري للنمو العالمي لوسائل إعلام مموّلة بالإعلانات انكسرَ بسبب الطفرة التي أحدثها عمالقة الإنترنت.

أصبحت المنصات، بالنسبة إلى من يقدّمون المعلومات (الصحافة المكتوبة) عبارة عن عملية تزوير العُملة. إذ بمقدار ما عمل عمالقة الشبكة على زيادة أعداد جمهور وسائل الإعلام، فإن قيمة هذا الجمهور النوعية أخذت في التردّي. وذلك لسبب بسيط: إذ إن الحيّز الإعلاني المتوفّر للبيع في العالم الرقمي، أصبح من دون حدود، وبالتالي برزَ ميلٌ دائمٌ لخفض الأسعار.

الحدود الجديدة

وحيث إن الحيّز المكاني لم يكن «السلعة» الإعلانية الجيّدة لعرضها، تعيّنَ الارتداد إلى الوقت. يقوم كل من التلفزيون والراديو بفعلِ ذلك جيّداً حالياً. وحيث إنهما (الراديو والتلفزيون) «أدوات صناعة استقطاب الانتباه الإنساني»، تبعاً لأقوال تيم وو (Tim Wu) أستاذ القانون الأميركي، فإنهما يمارسان هذا النشاط ضمن وقت محدَّد، هو جدول البرامج. فما يكسبه الأول يخسره الثاني. وكانا، بالتالي، في حالة تنافس فيما بينهما، ضمن مدة لا يمكن تقصيرها.

ولكي يطوِّروا مداخيلهم الإعلانية، تعيّنَ على عمالقة الإنترنت الاستحواذ على مجالات جديدة، وأن يقوموا بذلك من خلال أدوات يمتلكونها وحدهم دون سواهم، وتوفِّر لهم ميزة فائقة. تمثل هذا المجال الجديد في الوقت الذي يصرف عادة في أنشطة قليلة الأهمية (النقل المشترك، وطوابير الانتظار)، أو على العكس من ذلك أنشطة فائقة الأهمية (الدراسة، العمل، الحياة الشخصية والاجتماعية، أوقات الراحة). وتمثلت الأداة الحصرية في القدرة على معرفة هوية الأفراد وسلوكاتهم بفضل بيانات الاستعمال الخاصة بهم. لقد عرفت غوغل بسرعة فائقة مسألة الخدمة مقابل البيانات (Service for data)، أي معرفة من نحن ومن نكون، كما استغلَّ فيسبوك وبسرعة كذلك ماذا نفعل، وماذا نحب.

وَلَّدَ مزيج الحيّز الخاص والأداة رأسمالية الانتباه، التي ما لبثت وبسرعة أن وجهت شطراً كبيراً من مفهوم الذكاء الاصطناعي.

تتيح الخوارزميات تزاوج القوة الكونية للمنصة مع التفضيلات الفردية، بفضل تأثيرات الشبكة ومليارات البيانات التي يتم تجميعها.

وتغذي هذه الآلية ذاتها: إذ يتيح كل من توسُّع أعداد المستخدمين والتطور المستمرّ للخدمات استخراج عدد كبير من البيانات واستغلالها بدقة متناهية بغية تحقيق غايتَين، هما: الاستهداف الإعلاني، وزيادة استخدام الخدمات المعروضة من قبل الشركة الرقمية.

تسمح الفاعلية التي لا تضاهى لإجراء من هذا القبيل بنشر رافعات إعلانية حسب الطلب. ميّز الفيلسوف إيف سيتون (Yves Citton) أربع فئات من بينها: 1) تشكل الرسائل والتنبيهات التي تقتحم مجالنا الذهني أدوات خلق انتباه مستقطب؛ 2) يغذي عرض مختلف أنواع المكافآت الانتباه المنجذب؛ 3) يلعب تطوير رسائل التسلية، سواء أكانت جادة أم صادمة، على الانتباه الإرادي؛ 4) وأخيراً يصدر الانتباه المسبِّب للنفور عن الخوف من أن يفوتنا شيء (الـ FoMo).

الثقب الأسود

غيّر استثمار البيانات طبيعة الإعلان والعلاقات الاجتماعية على الشاشة. إذ انتظمت الإنترنت في منظومة بيئية تستلزم على الدوام إجابات على المثيرات السريعة المتّصفة بالسطحية، والتي تغذي النزوات والانفعالات. وهكذا تمَّ خلق عالم اقتناص زمني غير مستقر يولد هشاشته الذاتية، لأنه لن يصل أبداً إلى تحقيق المرام.

خلقَ عمالقة الإنترنت، عن غير قصد، نظاماً اقتصادياً يلتقط كل شيء. إذ تعيّن عليهم كي يسيطروا على الوقت، أن يستحوذوا على كل الأشياء وكل البيانات الصادرة عن كل الناس.

إذ أصبح كل محتوى يعالَج حينئذ وكأنه إعلان. ويشكّلُ فيسبوك مثالاً مفارقاً على ذلك: إذ عندما تظهر على صفحة ملف الأخبار (Newsfeed)(*) سلسلة المحتويات التي يراها كل مستخدم على حسابه حين يتصل بالشبكة، تقوم الخوارزميات بأخذ عدة عوامل متعلّقة بتفضيلاته الفردية بالحسبان، كما تأخذ أيضاً بالحسبان المبلغ الذي يدفعه مَن يريد أن ينشر رسالته على نطاق واسع وجعلها أكثر بروزاً. يمزج فيسبوك معاً الرسائل الإعلانية، والمحتويات المهنية، والصحفية، والرسائل السياسية، والأخبار الكاذبة، إلخ. وهو لا يصنف مرتبياً المستقبلين، ولا المرسلين تبعاً لطبيعتهم أو أهميتهم.

استخراج البيانات ما زال في بداياته الأولى. وإذا كان من المشروع القلق بصدد وضع اليد على البيانات الشخصية، فإن كيفية استخدامها ولأي أغراض (غير شخصية) يستوجب المزيد من القلق بدوره. ذلك لأن وضع اليد على البيانات يؤدي إلى اختلال عالم الاقتصاد، إذ إن كيفية استخدامها تؤثر فعلاً على حياتنا. وبمقدار ما يصبح الاستحواذ على مزيد من الوقت أكثر صعوبة بشكل متزايد، يتعيّن استخراج بيانات متزايدة الدقة على الدوام، بغية تغذية الخوارزميات التي سيكون لها تأثير متزايد الكبر على حياتنا النفسية.

أقامت الأكاديمية الأميركية شوشانا زوبوف موازاة ما بين الرأسمالية الصناعية والرأسمالية الرقمية. ففي رأيها أن الرأسمالية الأولى نمت انطلاقاً من تملُّك الطبيعة واستخراج مواد الكوكب

(*) هو الصفحة الرئيسة على شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك، حيث يطّلع المستخدمون للمنصة على معلومات تتضمن تغيرات أوضاع المستخدمين، والمناسبات الآتية من قبيل أعياد الميلاد وسواها.

الأولية حتى الاستنزاف وتهديد توازنه. أما الرأسمالية الثانية (الرقمية) فإنها تستغل، وبالمستوى نفسه من الكثافة، ومن دون الالتفات إلى العواقب، البيانات المتعلقة بالهويات والسلوكات. وذلك من دون أي عقد سوى ذاك الفردي، ومن دون الاهتمام بالصالح العام. لقد أصبحنا تلك المناجم المفتوحة التي تحفرها الأدوات الرقمية في كل مرة نقوم باستخدامها. ويصبح هذا الحفر (في بياناتنا الحياتية) أكثر فأكثر عمقاً. لقد أمست مراقبة حيواتنا مجرّد امتداد «طبيعي» للإعلانات المستهدفة.

الفصل السابع

يوم بلا نهاية

ساعاتي الأربع والعشرون، لم تعد أربعاً وعشرين بل أصبحت أربعاً وثلاثين.

التوازن لم يعد ممكناً. والحلم بـ«حياة صحّية ومعافاة» يتلاشى. رسم القديس بيندكيت في قواعد حياة الرهبنة المستوحاة من أرسطو، مخطَّط الوجود المتناغم، أي: 24 ساعة موزعة إلى ثلاثة شطور، الأول للجسد (بما فيه وقت النوم)، والثاني للعمل (والحياة في المجتمع)، والشطر الثالث للحياة الفكرية أو للصلاة. الفكرة التي تذهب كي تكرّس لإحدى الأنشطة، لا يمكن أن تذهب إلى نشاط آخر. أي لكل شيء وقته، تبعاً لقول هذا الكهنوتي.

عمّمت الأدوات الرقمية القدرة التقنية على عمل عدة أشياء في آن معاً. إذ استولى الاتصال الدائم والحراك على الوقت «المهدور» في وسائل النقل تحديداً. إلّا أن النموذج الاقتصادي للانتباه يفرض زيادة دائمة للوقت المستغرق أمام الشاشة. وعلى غرار إمارة يتعين عليها، لتعمير أبنية جديدة، أن توسع مساحتها بردم البحر، كان يتعين على الشركات الرقمية أن تكسب المزيد من الوقت، من الوقت المخصَّص لأنشطة أخرى، من خلال قصفنا بالإغراءات.

وأتت النتيجة مذهلة. ففي العام 2018 أصبحت ساعات المواطن الأميركي الأربع والعشرين تمتد أكثر من ثلاثين ساعة. يستغرق النوم سبع ساعات من اليوم، وتستغرق أنشطة الطعام، وقضاء الحاجات المنزلية، والحياة الاجتماعية وقتاً مماثلاً أي 6 ساعات و55 دقيقة، ويأخذ العمل 5 ساعات و13 دقيقة. ويضاف إلى هذه الساعات التسع عشرة وثماني دقائق، اثنتا عشرة ساعة وأربع دقائق مخصصة للشاشات، للإعلام وللرقمي. أي نصف حياة الشخص. وهو نصف حياة قابل للتسويق التجاري. ويصبح لدينا نصف حياة مسوَّقة تجارياً.

المصطربة(*) الكونية

انتهت مجمل الشاشات بالخضوع لمثيرات الانتباه. فاستنفارات المعلومات تتخلل وتاثر حياتنا. فعلى اليوتيوب، على سبيل المثال، تتوالى الفيديوهات بترتيب مسبق من قبل الآلة كي تُبقي المستخدم متعلقاً بالشاشة. أكّدَ استقصاء قامت به مجلة وول ستريت جورنال (*Wall Street Journal*) في العام 2018 أن خوارزم التوصية يقترح، عند كل مرحلة من المشاهدة، صيغة أكثر «كثافة» بقليل من الفيديو السابق. وهو ما يقودِ المستخدم بسرعة، في المجال السياسي والاجتماعي، إلى مجرّة من المحتويات المتطرفة. ولقد تطورت، في الولايات المتحدة، نظرية الثلاث درجات الناشزة التي تفصلنا عن ألكس جونز (Alex Jones)، ذاك المؤلِّف لنظريات المؤامرة الذي

(*) مصطربة (Stroboscope): أداة لقياس الدوران والتردد.

ادّعى أن مذبحة ساندي هوك لم تحدث أصلاً: إذ مهما شاهدت على يوتيوب من فيديوهات الأخبار الراهنة، سوف تقع، في كبسة الزر الرابعة، على محتوى من نظرية المؤامرة.

خلال هذا الوقت يتعين على أولئك الذين يصنعون محتوى ما أن «يفكّوا» الصيغة التي تتيح للفيديو أن يُشاهَد ثلاث ثوانٍ على الأقل، أو عشر ثوانٍ، لأولئك الأكثر صبراً على المشاهدة. ذلك أن المستخدمين متعجّلين: إذ إن 30% منهم لا ينتظرون حتى الثانية الرابعة في مشاهدة فيديو فيسبوك، بل هم يتركونه، بحثاً عن منبهات أخرى، وروابط أخرى، و«محفزات» (Pushs) أخرى.

وفراغ الصبر هو ذاته على الصعيد الموسيقي. حيث غَيَّر ديزر (Deezer) أو سبوتيفاي (Spotify) طبيعة الصناعة الموسيقية: إذ كان يتعين على الموسيقي أن يبيع أسطوانات، أمّا الآن يتعين عليه أن يُسْمِع أغانيه، لمدة إحدى عشرة ثانية على الأقل، ذلك أن المكافأة المالية تبدأ عند تلك اللحظة. كما أن المستخدمين يتصفون بنفاد الصبر ذاته تجاه سبوتيفاي كما تجاه فيسبوك حين يتعلق الأمر باكتشاف الجديد. مؤلّفو الموسيقى، وخصوصاً تلك المخصصة للاستماع على المنصات، يعرفون ذلك جيّداً: كل شيء يجب أن يقتصر عرضه على الثواني العشرة الأولى كي يحظى بفرصة لوجوده ورواجه. التأليف الموسيقي، في عوالم من هذا القبيل، هو أن تجعل المستمع مولعاً بشكل آني.

أما شبكة أفلام نتفليكس (Netflix)، وبعد أن لعبت على التسلسل الآلي للحلقات كي تولد حالة الاعتماد، فإنها أخذت تشجّع كتابة سيناريوهات تُنبئ، منذ عرض الحلقة الرابعة، بما يكفي من المفاجآت

بحيث لا يعود بالإمكان ترك المسلسل، حتى ولو تطلّبَ الأمر تحريف هذا السيناريو، والخسارة على صعيد البراعة والمصداقية.

انتهى الأمر بفرط إغراء حواسنا، وقصفنا بالمثيرات، إلى الخروج من الشبكة كي يشملا مجمل أنشطتنا. ولا يخرج ذلك عن المنطق: إذ يصارع الجميع من أجل نصيبه من الوقت. وتأتي الأنشطة الثقافية في المقام الأول من الصراع على نيل النصيب. إذ أخذت سينما بلوك باستر (Blockbuster)(*) تعرض على المراهقين منذ الآن مشاهد فائقة القصر ذات تأثيرات بصرية تشتغل على مجرد الانطباع الأولي بدلاً من النظرة المتأنّية. أما الهواتف المحمولة، فلا يجدي منعها في الصالات، إذ إنها شكلت وتيرة انتباهنا، وتبقى بمثابة إغراء موجود في الجيب، أو في متناول اليد. أما القراءة، التي تأخذ وقتاً، والتي يتوه القارئ في صفحاتها الناقصة، فليست مستثناة من جذب الانتباه. الكتاب، بمثابة نشاط اقتصادي، ما زال يقاوم. إنما الوقت الذي يخصّصه له الأحدث سنّاً فإنه ينهار. وذلك على الرغم من اختصار الفصول، وإدخال الكليف هانغر (Cliffhanger)(**) الآتية من المسلسلات التلفزيونية في أدب المراهقين.

لقد أصبحت حياتنا الثقافية والفكرية مجرد مصطرية.

(*) هي سينما هوليوودية ذات ميزانية كبيرة وممثلين صف أول، ولها شعبية كبيرة ونسبة مشاهدة عالية، وتدر الملايين.

(**) النهايات المشوّقة لحلقة مسلسل ما، والتي تترك المشاهِد في حالة شوق وقلق من أن تفوته الحلقة التالية.

فاتَ الوقت

أصبحت بياناتنا تُستخدَم ضدّنا. ولم يعد للرغبة الوقت الكافي كي تتبلور. وإذا هي تشكلت وعبّرت عن ذاتها، بالصدفة، فإنها دائماً ما تأتي متأخّرة: إذ هناك المئات من المثيرات التي تقتحم إدراكنا وتفرض علينا الاستجابة لها. لقد أُتخِمْنا، حتى قبل أن نشعر بالجوع، بطعام لم يتسنَّ لنا حتى الوقت لتناوله وتذوقه. وتبعاً لصيغة برنار ستيغلر، فإن «الاختلال والتمزق هما ما يجري بسرعة أكبر من الإرادة، الفردية منها كما الجمعية». فالوقت الذي سُرق منا هو ما يمثل النقص(*)، أي الرغبة. أي الرغبة بالحب، وبالآخر، وبالمطلق.

(*) النقص (Le manque): يستخدم المؤلف هذه المفردة بالمعنى اللاكاني (المحلل النفسي جاك لاكان)، أي أن كل إنسان لديه نقص يتمثل بالحاجة إلى أن يُرْغَب ويكون موضوع رغبة الآخر، أن نُحِب ونُحَب، وبالرغبة في سدّ النقص يكتمل الرباط الإنساني، حين تشبع الرغبة في أن نُحِب وأن نُحَب.

الفصل الثامن

المبالغة في الواقع تقتل الواقع

نحن في أتلانتا، بتاريخ 13 أكتوبر 2018. أمضت الشرطة وقتاً قبل أن تأخذ على محمل الجد النداءات التي تتلقاها منذ حوالي الساعة. يشي صوت البائع بمشاعر الذعر: إذ لم يخرج أحد، منذ دقائق مديدة، من متجر ايكيا الذي يعمل فيه. كان ذلك مقلِقاً ليوم سبت بعد الظهر، قبل شهر بقليل من عيد الشكر (الأميركي). يبدو أن هناك أمراً قد حدث، من قبيل أخذ رهائن، أو وقوع حادث، أو ظاهرة لا يجد لها تفسيراً. أما في الداخل، فعلى العكس، كل شيء هادئ: إذ تتعامل موظفات الصندوق مع هواتفهنّ الذكية بانتظار الزبائن الذين لا يأتون. وتفسير ذلك: أن أحداً تسلّى بأن غطى أرضية المتجر بأسهم موضوعة بشكل ينتج متاهة لا خروج منها. وهكذا أخذ الزبائن المنضبطون في اتّباع إشارات السير داخل المتجر، والذين يسعى كل منهم وراء غايته، يدورون في حلقة مفرغة، عاجزين عن العثور على باب الخروج. يعبُرون من جناح غرف النوم إلى غرف الجلوس، ومنها إلى جناح المطابخ، والمكاتب، كي يعودوا من جديد إلى غرف النوم. كان المتجر بالغ السعة والضخامة، وبالتالي فقد استغرقوا بعض الوقت قبل أن يتضح

لهم أنهم مرّوا في المكان ذاته سابقاً، إذ إن التصميم المعماري لأجنحة المتجر تجعلُ أبواب الخروج غير مرئية بوضوح. وهكذا تاهوا في المتجر.

وسواء أكانت صحيحة أم خاطئة، فإن هذه الرواية التي نقلها موقع معلومات غير معروف من عموم الجمهور، أخذ يتمُّ تداولها بشدّة على الشبكات الاجتماعية، مصحوبة بتعليقات حماسية أحياناً، وجد مستاءة أحياناً أخرى. روّجت بقية الرواية لوضعية مريعة لا يمكن إلّا أن تثير الضحك من قبيل: زبائن ينامون على مقاعد الجلوس، وآخرون يصطفّون في سلسلة بشرية أملاً بالعثور على باب الخروج، وغيرهم يسطون على أطعمة المطعم ويخزنونها احتياطاً، حتى أنه يروى أن إحدى النساء الحوامل اضطرت أن تضع مولودها على أحد أسرّة جناح غرف النوم.

يدل نجاح هذه المزحة السمجة على الشاشات، على مفارقات المناقشات التي تجري على الشبكات. لقد أُخِذَت على محمل الجدّ من قبل أولئك الذين روّجوها وذلك قبل أن يتيقنوا من حقيقتها، إذ إنها أثارت جدلاً كبيراً حول أداء الشركة السويدية (ايكيا). إلا أنها تترجم كذلك الخوف المميز للعصر، والمتصف بالعمق الشديد. مسار الأسهم هذا في المتجر يعبِّر أصدق تعبير عن الخوارزميات التي توجّهنا باستمرار في مساراتنا، وقراراتنا: إذ إن اتباعها بشكل أعمى معتقدين بوعدها في تحسين أوضاعنا، جعلت منا أشبه بمن يمشي وهو نائم.

النبوءة التي تحقِّق ذاتها(*)

لقد دفع اقتصاد الانتباه المنصات كي تخلق بيئات تلتصق بتوقعاتنا. إذ يصبح ما يحيط بنا هو أُفُقنا الحياتي. تفسِّر السلوكات الرقمية انطلاقاً من الإطار الذي تمَّ تحديده على هذا الشكل، مع تعزيز مصداقيته وحدوده. وبالتالي يصبح إدراكنا لمجالنا ضحية النبوءة التي تحقِّق ذاتها.

تقدُّم الموسيقى مثالاً أقل هامشية ممّا قد يبدو. إذ إن كل مواقع البث الموسيقي من خلال الهاتف الذكي، من مثل موقع سبوتيفاي، أو موسيقى آبل، أو ديزر وسواها، والتي تبرمج سجلّات الاستماع الموسيقي حسب استماعاتنا السابقة، وتوصيات «الأصدقاء»، وكل ما عَلَّمَتْهُ بيانات سلوكيات الاستماع لهذه المنصات، قد غيّرت ذاكرتنا السمعية. فقوائم الاستماع (Playlists)(**) ومحطات الراديو على الشبكة لا تترك شيئاً للصدفة: فهي، في عالم البيانات، لا تبغي أن تقدم ولا تقلب الخيارات، وكذلك لا تريد أن تنبه ولا أن تعبئ، وإنما هي تبغي اقتراح شيء مريح يرضي بشكل متوقع وفردي. حتى لو أن

(*) النبوءة التي تحقق ذاتها (Self-fulfulling prophecy) تدل على تلك الظاهرة النفس اجتماعية حيث يتوقع أحدهم شيئاً ما ويصبح هذا التوقع أو التنبؤ حقيقة وذلك لمجرد أنه توقعه، إذ إنه يتصرف أصلاً بناء لتوقعه ما يؤدي به إلى النتيجة التي توقعها، أي أنه يحقق اعتقاده الأولي بالسلب كما بالإيجاب. كان عالم الاجتماع الأميركي وليم توماس أول من اكتشف هذه الظاهرة. فمن يعتقد أنه منحوس سوف يتصرف على هذا الأساس ويصل إلى النتيجة السلبية التي توقعها. ويقرب منها المثل الشائع «تفاءلوا بالخير تجدوه».

(**) هي قوائم من الأغاني المسجّلة أو القطع الموسيقية التي تمَّ اختيارها كي تذاع.

وظيفة «اكتشاف جديد» أصبحت تتغلغل تدريجياً في خوارزميات التوصية بالاستماع، تبقى صعوبة المستخدم في مجابهة أصوات غريبة عليه، فعلية واقعياً. فالألبومات لم تعد تشكل سوى حدث تجاري، وبروز الفنانين على الشبكات الاجتماعية، ومهما كانوا ناجحين، لم يصل بعد إلى إحداث أصداء تتجاوز متابعيهم (Followers) إذ لم يعد السياق هو ذاته بالنسبة إلى الجميع، وأصبحت الموسيقى الراهنة مفتّتة ورهن بكل من عزلة المستمعين وحسابات الخوارزميات المجرَّدة من أي حرارة إنسانية.

فالذي تغيَّرَ ليست نوعية الإبداع الموسيقي أو تنوعه، وإنما طريقة الاستماع إليه. وهكذا كانت موسيقى الروك تشكل حركة اجتماعية لا تنفصل عن تجديدات العصر التقنية. إذ جعل الترانزستور الموسيقى متحركة مع المستمع، ضمن إطار إعلام جماهيري يعني: الموسيقى ذاتها، في اللحظة ذاتها، وللجميع. كما أن المسجلات التي تبث الشرائط الموسيقية كانت تدعو إلى الاستماع الجماعي أيضاً، إمّا بين الأصدقاء، وإمّا «ضدّ» رغبة الأسرة. وبالنسبة إلى أولئك الذين اعتقدوا بهذه الموضة، فإنهم كانوا يبتغون احتلال المجال العام، من خلال الدخول خلسة في البداية، ومن ثم من خلال فرض منحاهم، ومهرجاناتهم، وأساليب حياتهم. وكان يتعيّن اتخاذ موقف إمّا مع وإمّا ضدّ. كانت موسيقى الروك الصوت الموسيقي المعبِّر عن العصر متخذة إمّا طابع تجابه الأجيال، وإمّا صراع الطبقات، وإمّا تناقُض القِيَم، وما يحيط بكل ذلك من توترات. تتلخص المسألة راهناً في قضية القبائل المكتفية بذاتها، ولا تفلت الموسيقى من تفتت العوالم الذي لا راد له.

وما حدث للموسيقى ينسحب على صورنا، وأصوات الموسيقى، وكذلك قراءاتنا، وحتى ذكرياتنا، ومعتقداتنا. فالملتقيات الجماعية تتلاشى، أو بتعبير أكثر دقة، لم تعد تطرح إعلامياً. لم نعد نعيش الحماس الجماعي الذي شكل أحد مكتسبات القرن العشرين، إلّا فيما ندر. أصبح يتعين علينا أن نكون جنباً إلى جنب جسدياً كي نشعر بالروح الجماعية. ولا تخلو المفارقة من مذاق محبَّب، إذ إنها تفسِّر لنا تجديد الحفلات الموسيقية، والمسرحية، إلا أنها أصبحت تحدّ من البُعد الكوني لوجودنا.

مشغِّل الواقع

طوّرَ إيلي باريسر (Eli Pariser) مفهوم فقاعة التصفية في كتابه المعنوَن باسم المفهوم نفسه فقاعة التصفية (*The Filter Bubble*)، والمنشور في العام 2011 ويفضح فيه الضرر الذي تقوم به خوارزميات شخصنة المنصات حين تنتقي المعلومات التي تطرح على المُسْتَخْدِم.

لا تتطابق كل الخوارزميات السلوكية، إنما خوارزميات الشبكات الاجتماعية تقوم عادة بإدماج بيانات عائدة إلى تواريخ مختلفة لوضع توصياتها، وهي: تاريخ المُسْتَخْدِم الماضي (إذ يعتقد عندها أنه يريد استعادته)؛ تاريخ المستخدمين ذوي الشبه به (إذ يعتقد عندها أنه سوف يتصرف على غرار شخص لديه أذواق أو آراء مشابهة)؛ الربط بين محتويات متقاربة (إذ يعتقد أن الاهتمام الذي يعبِّر عنه عدة مرات لنمط معيّن من المحتوى يشير إلى اهتمام دائم ولا يكتفي منه أبداً)؛ وكذلك، أخيراً المحتويات الأكثر شعبية لدى

مجمل المستخدمين (وهنا يتم الرهان على ظاهرة القبول الاجتماعي). ويبقى الوزن النسبي لهذا المحكّ أو ذاك سرّي تبعاً للمنصات التي تضم إليه أيضاً معطيات ذات طابع تجاري.

تقوم الخوارزميات، في رأي باريسر، بسجن المستخدم في فقاعة معلومات، تحتكره في رؤيته الخاصة للعالم، و«تدجنه بآرائه الخاصة». لا تقتصر الموضوعات والقضايا التي تغطيها كبريات المنصات الاجتماعية على المعلومات، بل هي تقوم شيئاً فشيئاً ببناء مجمل سياق المستخدم، أي أنها تقوم ببناء علاقته بالواقع. وكما أوضح إزيك سادن، «يتعلق الأمر بخلق واقع يتماشى معنا، بغرض غمرنا أطول وقت ممكن، وبأكثر تكرار ممكن في هذا العالم. هذه الأنظمة الحاسوبية مزوَّدة بمهمة فريدة ومقلقة ألّا وهي: إعلان الحقيقة».

لم يجد الكاتب فيليب ك. ديك، في تعجُّله لتعريف الحقيقة في العام 1978، وهو الذي لم يتوقف عن بناء عوالم موازية في رواياته العديدة والمتنوعة، سوى التعريف بالخُلف(*): «الحقيقة هي شيء لا يستقيم عندما تتوقف عن الاعتقاد به. أنا، يقول الكاتب، لا أجد تعريفاً أفضل من هذا». وينتهي به الأمر إلى الاعتراف بـ«أن الحقيقة هي مسألة شخصية قبل كل شيء».

كان الألماني ياكوب فون أوكسكول (Jakob von Uexküll) أحد مؤسّسي علم دراسة الكائن في بيئته الحيوية(**) هو أول من

(*) التعريف بالخُلف (Définition par l'absurde) يعني في المنطق التعريف بقضية أو إثباتها من خلال تبيان بطلان القضية المقابلة أو المناقضة لها.

(**) دراسة الكائن في بيئته الحيوية (Éthologie) هي علم يدرس الكائنات،

طور نظرية الواقع المعاش (Umwelt)، وخصوصاً في عمله على حشرة القراد، حيث أثبت أن كل نوع منها يخبر معنى للواقع مختلفاً كلياً عن الأنواع الأخرى. فليس هناك واقع معاش قابل للمقارنة بآخر، إذ إن ما يتم إدراكه مرتبط بخصائص النوع المحدَّدة مسبقاً بشكل فطري. إنه واقع بكل معنى الكلمة. إذ إن ما يُرَى مرتبط بما هو ضروري لبقاء النوع، أو بما يهدِّده. فحشرة القراد لا تدرك ما يدركه البشر وهؤلاء عاجزون عن شم ما يشمه الكلب. يتعارض الواقع المعاش مع الواقع الكلي (Umgebung) الذي لا يدركه الجميع لأنه لا متناهٍ.

الواقع هو تجربة. فالتضامن الجماعي والمصير المشترك يولدان من بناء تجربة مشتركة. إذ توجد وسائل الإعلام، ومؤسسات التعليم، على وجه التحديد، وفيما يتجاوز وظيفتها المباشرة (الإعلام، والتعليم) من أجل تجاوز حدود الإدراك الفردي، والإسهام في خلق الواقع الواحد وشحذه من قبل المجموعة الإنسانية. إذ ينبهنا آرثر شوبنهار (Arthur Schopenhauer)(*) إلى أن «كل كائن إنساني يخلط ما بين حدود مجال رؤيته الخاصة، وحدود العالم». تنتهي الصِّيَغ الرياضية التي تحكم تجوالنا الرقمي، خالقة مجال رؤية مختلفة باختلاف المستخدمين، تنتهي بأن تخلق

= وخصوصاً الحيوانات في بيئتها الطبيعية حيث تبرهن على قدرة عالية من الذكاء في التعامل مع المواقف والتكيف المرن لها، وذلك على النقيض من ذكائها وسلوكاتها المحدودة في أقفاص التجارب (تصرف السجين).

(*) أحد كبار فلاسفة القرن التاسع عشر الألمان. اشتغل خصوصاً على الإرادة المتسامية، والمناداة بالمثالية والتقشُّف، وتميل فلسفته إلى التشاؤم.

عوالم متعددة بتعدد المستخدمين، كما تخلق عدداً لا متناهياً من العوالم المعاشة.

كتب فيليب ك. ديك عن النفوس المشوَّشة. وكان ذلك قبل عشر سنوات من اختراع الإنترنت، وما يقرب من عشرين سنة قبل اختراع الشبكات الاجتماعية، وتتردد أصداء الحُكم الذي أطلقه، بشكل مولِّد للاضطراب، حيث قال: «ينتهي القصف المستمر بالواقع المزيَّف بأن ينتجَ بشراً غير أصيلين، بشر مزيَّفين بمقدار تزييف المعطيات التي تحيط بهم من كل جانب. مجالات الواقع المزيَّف سوف تخلق بشراً مزيَّفين؛ وسوف يخلق البشر المزيَّفون بدورهم حالات واقع ويبيعونها إلى بشر آخرين محولينهم بدورهم إلى مزيَّفون للواقع. تلك تحديداً نسخة موسَّعة من ديزني لاند».

تشكل مقاربة مجتمعنا من مجتمع رواية 1984(*) جورج أورويل موضوعاً قديماً كقِدم اختراع الإنترنت. يقارنُ نيل بوستمان في كتاب عرفَ شهرة كبيرة بعنوان نسلّي أنفسنا حتى الموت (*Amusing Ourselves to Death*) وذلك حتى قبل تعميم الشبكة، يقارن ما بين كتابات أورويل وألدوس هكسلي، بين 1984 وعالم جديد شجاع (*Brave New World*)(**)، كي يقرِّر راهنية الكتاب الثاني مقارنة بالأول. إذ يصف 1984 قمعاً مفروضاً من قبل سُلطة خارجية، تُحِلّ البروباغندا محل الإعلام، وتقيم عالماً تُمنَع فيه

(*) الرواية صادرة باللغة العربية عن المركز الثقافي العربي، ترجمة الأستاذ أنور الشامي.

(**) الرواية صادرة باللغة العربية عن المركز الثقافي العربي، ترجمة الأستاذ الجيلالي مويري.

الكُتب، وتُمَوّه الحقيقة، وتَفْرِض الإرغام بالعنف. أما هكسلي فأعلن، من جانبه، عن حضارة واقعة تحت تأثير الغواية، متخمة بسيل جارف من المحتويات، ومُحَوَّلَةً إلى عبيد السرور الذي تفرضه على ذاتها، على غرار من يمشي في منامه. في هذه المدينة الجهنمية (Dystopie)(*) «لا يعود هناك من مبرر لمنع الكتب، لأنه لم يعد يوجد من يريد القراءة». وحيث يتم إغراق المعلومات المتوفرة «في فائض من العبث والتفاهة». ليس هناك مطلقاً من مجال للشكّ، بالنسبة إلى بوستمان، ذلك أن الغزارة الأسّية (التي تنمو بشكل مضاعف على الدوام) لفيض المحتويات، التي «تساعدنا أن ننسى أننا سنموت» قد أنقذتنا من أورويل ونظام استبداده، كي تغمرنا في هكسلي ومدينته الجهنمية.

وما زال يحتفظ كتاب بوستمان بصفته النبوية المميزة، وذلك بعد خمس وثلاثين سنة من صدوره: ذلك أن هذا السيل الفياض ما زال قائماً، كما تحولت عبوديتنا للتسلية إلى حالة الإدمان. إلا أن هذه النبوءة غير مكتملة. إذ إن هذا السيل الفياض، ورغم طوفانه الظاهر، لا يأتينا بشكل عشوائي. فهو منظَّم من قبل اقتصاد يقتنص زبائنه.

ولم تتم عودة أورويل من خلال السياسي، وإنما من خلال الاقتصادي. حيث تتم الصلة مع هكسلي على مستوى كل منا فلقد أصبحنا صنّاع البروباغندا الموجَّهة إلينا

(*) إنها نقيض المدينة الفاضلة وهي مدينة خيالية حيث يستحيل العيش فيها، لكثرة المشكلات والعيوب، وحيث يجدر أن لا نقربها.

هل نحن بصدد انهيار؟

إن رأسمال الانتباه، مهما كان تدخلياً، ويدعو إلى اليأس، إلا أنه غير مستقرّ. إذ استشاطت الآلة، وبدأت تصدر علامات انهيارها الذاتي. لقد أنتج مَشْغَل حالات الواقع الفردي إمبراطورية من الزيف.

إذ يتضافر كل من الزيف الإنساني، والزيف الإحصائي والمحاسبي، وزيف المواقع والمحتويات للحصول على دولارات حقيقية. وهناك بالطبع الروبوتات، تلك الصِّيَغ التي تولّد بشكل آلي روابط على الشبكات الاجتماعية، أو تصدر استشارات مغلوطة على المواقع الوهمية بحيث توهم المعلنين أن إعلاناتهم قد تمّت رؤيتها والنقر على المفاتيح الخاصة بها. لقد اتخذت أنشطة هذه الروبوتات أبعاداً هائلة. إذ تقدِّر معظمُ الدراسات النشاط الإنساني على الشبكة بـ 60% من نشاط الإنترنت الكلي. وما تبقى، أي 40%، لا يعدو كونه انتباه وهمي، منتَج من قبل الروبوتات أو من قبل أناس يتخذون من ذلك مهنة لهم. ذلك أن اقتصاد الانتباه يمتلك البروليتاريا الرثة الخاصة به (Lumpenproletariat). تتكاثر «مصانع النقر على المفاتيح» في العالم، وخصوصاً في الصين. يعمل فيها شباب في أغلب الأحيان، وكل منهم «مسؤول» عن عدة دزينات من الهواتف. ويتمثل عملهم بربط كل هاتف بالفيديو ذاته، وذلك لتضخيم أرقام الحضور.

يؤدّي الزيف المنتج بهذا الشكل إلى هشاشة اقتصاد الانتباه، في حين أنه هو ذاته مجرد نتاج له (الاقتصاد). إذ إننا لا نستطيع أن نبيع بشكل دائم إلّا ما هو موجود حقيقة. يهدد النشاط المفتعل كل النموذج على المدى البعيد. لا يعود انعدام قدرة فيسبوك على إنتاج

أرقام حضور ذي مصداقية، إلى مجرد عدم الاستقامة، وإنما هو يعود إلى عملية الإغراق: إذ اعترفت منصة فيسبوك، في العام 2018 أن قياس وقت مشاهدة الفيديوهات يمكن أن يتم «رفع تقديره من 60% إلى 80%» في بعض الحالات. ولقد أنتج يوتيوب -الذي تعود ملكيته إلى غوغل- من جانبه أدوات تقنية غايتها كشف الحضور الزائف الذي ولّدته روبوتات أعطيت صفة إنسانية. وهكذا نحن بصدد روبوتات ضدّ روبوتات.

أطلق اختصاصيو الشبكة على ذلك اسم القلب إلى النقيض (Inversion). وسوف تحين اللّحظة حيث تصل التقنية، العاجزة عن السيطرة على الحضور والمحتويات التي صاغتها الروبوتات، إلى اعتبار البيانات الصادرة عن الكائنات البشرية مزيّفة لأنها أصبحت تشكل الأقلية (في مجموع البيانات)، وبالتالي فهي «منحرفة» مقارنة بالسلوك الغالب الصادر عن الروبوتات. يعتبر الصحافي ماكس ريد (Max Read) في نهاية العام 2018، وهو من أنبه محلّلي الإنترنت (تشكّل مدونته بعنوان «لايف إن بكسلز» مرجعاً في هذا المجال)، بأننا قد بلغنا هذا الوضع. وسواء أكانت هذه المعاينة صائبة أم مغلوطة، إلّا أنها تعلن عن مخرج ممكن: هذا النموذج من الاقتناص للإنسان لم يعد قابلاً للاستمرار اقتصادياً.

الفصل التاسع

المِشْكَال اللامتناظر(*)

(*) مِشْكَال (Kaléidoscope): هو نموذج أو تتابع من العناصر المتغيرة على الدوام. ومنها تلك اللعبة المكوَّنة من أنبوب يحتوي على مرايا وقطع ملونة من الزجاج في داخله التي تولّد انعكاساتها أنماطاً مختلفة عند تدوير الأنبوب. المقصود هنا التحولات غير المنتظمة التي لا تستقرّ على حال.

يُحْسَب كل وباء بدءاً من المريض صفر.

يولِّد اقتصاد الانتباه، على غرار مُوَلِّد فائق ينتج الطاقة الضرورية لتشغيله، فيضاً لا ينقطع من الروايات المجتزأة وغير المتماسكة. نقط فاعليتها على الشبكة هي ما يميزها عددياً، وتنظمها تراتبياً ضمن مختلف المنصات. ذلك أن اللعب على المفاجأة، والضحك، والغضب، وعلى المعتقدات والانفعالات، وعلى الاستياء، والمبالغات، هو كناية عن ضم «مكافأة انتشار» إلى الرسالة تضمن لها التداول بين المستخدمين، حتى قبل أن تتم قراءتها، كما تتيح لها (الرسالة) أن تعوم في سيل جارف من الإشارات. كيف يمكن عندها أن نتعجّب من كون الحقيقة تترك المجال للمحتمل، ويترك التفكير المجال لردّ الفعل الآلي؟ لا تعدو الأخبار الكاذبة (Infox أو Fake news) كونها في نهاية المطاف أحد التجليات الجد هزيلة للروايات الرقمية التي لا تهتم بأي درجة من توخّي الدقة. ليست طبيعتها هي التي تميزها عن ملايين غيرها من الروايات، وإنما الأثر الذي يمنحها إياه الذين يتعرضون لها، وأحياناً إرادة إلحاق الأذى التي نفترض أنها تكمن في مصدرها. إذ كي يكون هناك تلاعب لا بدَّ من

وجود من يتم التلاعب به، بينما ليس حتمياً وجود متلاعب. إلا إذا
كان الأمر عكس ذلك.

الظاهرة قديمة قِدَم الجماعة الإنسانية. فتحَتْ وسائل الإعلام
الجماهيرية فصلاً غير مسبوق في استعمال البروباغندا، إلّا أن القليل
من اللحظات «غير السياسية» أمكن ملاحظتها بهذا القدر من التمعُّن
مقارنة بما حدث مساء الثلاثين من أكتوبر لعام 1938 على الساحل
الشرقي للولايات المتحدة.

ففي ذلك المساء، تفاجأ الأميركيون الذين يستمعون إلى الراديو
بنشرة أخبار خاصة تروي سقوط نيزكٍ في ريف نيوجيرسي. وخلال
الدقائق التالية روت الشهادات المبثوثة على الهواء، وجود كائنات
غريبة، وآلات حربية لا تقاوَم، وقتلى بالعشرات بسبب غاز خانق.
ابتدأ، على موجات الراديو، الغزو الفضائي. في الاستديو، كان
أورسن ويلز، في عمر الثالثة والعشرين حينها، والمتمتع ببعض
الشهرة في عالم المسرح والراديو، يتسلّى. إذ قرر استخدام شيفرة
الجريدة الإذاعية كي يروي حرب العوالم لصاحبه أتش. جي. ولز:
حيث استخدمت في هذه الرواية كل وسائل الإثارة من مراسلين
خاصين مزعومين، إلى تفجُّر إشعاعي مزعوم، وحالات حيرة وتردد
مزعومة بإزاء ضخامة الحدث المختلَق من الأساس.

وتجابهت بعدها روايتان. تروي الأولى حالة ذعر معمَّم أصاب
نصف الولايات المتحدة. أُغرقت الإذاعة بطلبات التوضيح، ولم تعد
الشرطة تستوعب كل النداءات، وهربت عائلات بأكملها على الطريق
المؤدي إلى الشمال مسبّبة زحمة سير خانقة، وتمّ السطو على العديد
من المخازن، وتمترس آخرون في أبراج مانهاتن، وتكاثرت نوبات

الذعر في المستشفيات، حتى أنه حدثت بعض محاولات الانتحار. وكان المصدر الرئيس في أصل هذه الرواية المفجعة جريدة **نيويورك تايمز** (*New York Times*)، التي تحدثت، منذ صبيحة اليوم التالي لبثّ الرواية، عن «هستيريا جماعية كاسحة»، مقدِّمة العديد من التفاصيل ومدينة صراحة انعدام مسؤولية سي بي أس (CBS)، أي الإذاعة التي نظمت هذه الرواية.

وأخذت الرواية الثانية الموقف المضادّ تماماً للأولى: إذ ذكرت أن المستمعين القلقين لم يكونوا بالأعداد الكبيرة التي ادّعتها الجريدة، وبعد برهة من الذهول، اتّضح لغالبيتهم العظمى أنهم يستمعون إلى أخيولة (رواية مختلقة) إذاعية وأن أورسن ويلز كان هو ذاته من عرض بعض نداءات المستمعين القلقين ورسائلهم البريدية.

يمكن لسياق استقبال الخبر وحده تحويل أخيولة (Fiction) مقدَّمة بمثابة معلومة إلى نبأ «كاذب». ويتعين من أجل تحقيق ذلك أن يكون النبأ مقروءاً (أو مسموعاً، أو مرئياً)، وأن يتم تصديقه، وأن يغير، كذلك، سلوك من تلقّوه، أو تفكيرهم.

تبيّن حالة حرب العوالم مدى تعقيد التشخيصات، وذلك كما يعرضه أ براد شوارتز (A. Brad Schwartz) في كتابه بعنوان **بث الهستيريا إذاعياً، حرب عوالم أورسن ويلز وفن الأنباء الكاذبة**. وبغية معرفة ما إذا كانت أخيولة غزو قادم من الفضاء قد تمَّ استماعها من قبل جمهور عريض، وما إذا كان قد تمَّ تصديقها لدرجة إثارة موجة ذعر حقيقية، قام شوارتز بمراجعة مئات الرسائل المرسلة إلى أورسن ويلز، في الأيام التي تلَت إعادة بثّها، كما درسَ الصحف،

وجمع شهادات مكتوبة من تلك الفترة. يلقي ما خرج به من نتائج إضاءة مفارقة ومدعاة للقلق على ما نعيشه راهناً منذ انفجار نمو الشبكات الاجتماعية، والروبوتات التي تسرِّع نشر الإشاعات.

يظهر البريد المرسَل إلى ويلز، أن جمهور المستمعين كان حقيقياً: إذ إن العديد من المستمعين قد سمعوا أخبار الإذاعة واستجابوا لها، إلا أن ردود فعلهم لا تتطابق مع أي من الروايات المكتوبة عن تلك الحادثة. إذ لم تكن ردود الفعل موحَّدة، كما أنها كانت تتطور بمقدار انتشار الرواية تحديداً.

لم يمر هذا الخبر الكاذب مرور الكرام، إذ إنه أثّر في أولئك الذين تلقّوه. إلّا أن قلة منهم صدقته حقيقة، وما أثار غضب البعض هو أنهم كادوا يصدقونه: «لقد صدمت حقيقة، للحظة صدقت أن رجال الفضاء قد قدموا». لا ينتج القلق عن سذاجة محقَّقة وإنما عن تصديق ساذج ممكن، بدءاً من الشخص ذاته، ومن ثم عند الآخرين.

ذلك أن أكثر من يُشيعُون وجود حالة ذعر جماعي، هم تحديداً أولئك الذين لم تنطلِ عليهم اللعبة، إلا أنهم مقتنعون أن الآخرين قد صدقوها، وهم، بالتالي، من يطالبون بمنع بثّ الأخيولات الإذاعية. وبكلام آخر، فإن من يدعون إلى الذعر هم أولئك الذين لم يستسلموا له.

فالسذاجة (سرعة التصديق) هي الآخرين.

لقد تدخّلت السلطات الأميركية، باسم ضعف الجمهور المفترض، والأقل «دراية»، في سياسات التحرير في الإذاعات. ذلك أن ما غيّر المجال العام الأميركي لم يكن ذعر أولئك الذين

ظنوا أن رجال الفضاء قد أتوا، وإنما الاعتقاد غير المبرر بوجود حالات الذعر. يرسل إلينا عام 1938 هذه الرسالة نصف المتفائلة، ونصف المتشائمة في آن معاً: إن للأخبار الكاذبة التأثير الذي نمحضها إياه، ويجدر بنا أن لا نعتقد أن الآخرين يعتقدون بما لا نعتقده نحن أنفسنا.

أصوات متعدِّدة ومتضارِبة

لا تستنفد السذاجة مسألة الحقيقة في العصر الرقمي. إذ منذ العام 1938 تحول السياق العام، ولم يبقَ شيء كما كان عليه. حيث أصبح بإمكان كل واحد خلق روايات وردّات فعل استجابية. تصبح الحقيقة، في سياقٍ كهذا، زائغة في مِشْكالٍ متغيّر إلى ما لا نهاية، حيث لا تتوزع القوى بشكل عادل ومتساوٍ.

وما تسميه مؤسسة راند (Rand Corporation) انحطاط الحقيقة (Truth decay)، لا يعدو كونه في الواقع تعدد الأصوات والمعتقدات، وسياقات التأويل وتكاثرها. تميّز حنة آرنت (Hanna Arendt)(*) بين نمطَين من الحقيقة، الأول هو الحقيقة العلمية التي يمكن البرهنة عليها من خلال التجربة والمعرفة، والثاني هو حقيقة الوقائع، التي تنتج عن الشهادات حول حدث معيَّن. ولا يتطابق مصير هذين النمطين من الحقيقة، في رأي هذه الفيلسوفة

(*) هي فيلسوفة أميركية ألمانية الأصل ومناضلة سياسية ذات تأثير كبير في الفكر المعاصر وخصوصاً نضالها ضدّ الأنظمة الشمولية والاستبداد، ولذلك تعتبر من أبرز فلاسفة السياسة في العصر الحديث.

الألمانية-الأميركية. إذ إن صلابة الحقيقة العلمية، والتي يصعب تفنيدها، تحميها من التلاعب. وبالمقابل، فإن الحقيقة الثانية تتصف بطابع نسبي، ما يفسّر هشاشتها. وكما يشير إليها جان-فرانسوا فوغل (Jean-François Fogel)، «إنها حقيقة سياسية في جوهرها ذاته، إذ تقوم على التفاعل بين عدة أشخاص لإقامة الدليل». ترى حنة آرنت، أن الحقيقة المتعلّقة بحدث ما، تشكل فريسة سهلة بالنسبة إلى سلطة ترغب في التخلص منها؛ «ذلك أن الأحداث، والوقائع أكثر هشاشة من المسلّمات العلمية، ومن الفكر الإنساني».

لم يقتصر تعدد الروايات التي تتيحها التقنية على الأحداث وحدها. إذ يوجد على الشبكة العديد من الروايات للنبأ نفسه، والعديد من الروايات للتأثير العلمي نفسه، والعديد من الروايات للواقعة التاريخية نفسها. إذ تسهم الأخبار الكاذبة، والعلم الكاذب، والتاريخ الكاذب في هذه الكرة متعددة الروايات، على الشبكات الاجتماعية.

يستدعي هذا العصر ذكرى فيلم المخرج أكيرا كوروساوا بعنوان راشومون (Rashomon). إذ أخرج قصة أربع شخصيات باحثة عن الثقة، وكل منها يدلي بشهادة «مطابقة للواقع» حول جريمة ارتكبت للتو. إذ عرضَ كل من قاطع الطرق، والزوجة، والساموراي، والحطّاب، على التوالي حقيقة ليس لها أي قاسم مشترك مع الحقائق الأخرى. وانتهى المطاف بالصدمة المتولدة عن هذه الروايات إلى التشكيك بواقعية الجريمة ذاتها.

وبالطبع فلقد كانت فنّية جمع الرواة المتناقضين معاً أقدم بكثير

من الفيلم، إذ لجأ إليها وليم فوكنر، على سبيل المثال، في عمله بعنوان الصخب والعنف، إلا أن تأثير راشومون (Rashomon effect) يمثل التعبير الذي يصف من الآن فصاعداً تعدد الأصوات الرقمية المتضاربة، وانعدام اليقين الكلي الذي ينتهي بأن يُغمر فيه المجال العام. إذ لم يعد هناك من رواية وحيدة ممكنة، وبالتالي، نصبح صيغة روائية وحيدة مجرّد وهم. يبدو أن التعبير الشهير لعالم الاجتماع والرجل السياسي دانيال باتريك موينيهان، المستخدَم في مدارس الصحافة، والذي يطرح المبدأ القائل «كل إنسان له الحق بتكوين رأيه الخاص ولكن ليس له الحق بفرض وقائعه الخاصة»، قد أصبح راهناً مصطبغاً بحسرة لا راد لها.

إذ أصبح إيجاد مذنب (مسؤول عن هذه الحالة) بمثابة تفكيك كتلة فائقة التعقيد من الأسباب الاجتماعية، والتقنية، والسياسية والاقتصادية. في مقالتها المميزة بعنوان «موت الحقيقة» تؤكّد الناقدة الأدبية الأميركية ميتشيكو كاكوتاني (Michiko Kakutani) على الصلة ما بين فقدان الثقة المعمّم بالمؤسسات وفقدان الثقة بالروايات التي تطرحها، وهي صلة تنتشر بمثابة حلقة مفرغة، إذ يغذّي الارتياب بعضه بعضاً.

لا يفلت تفسيرها من إغراء القول بعامل تفسيري وحيد. فبالنسبة إلى كاكوتاني هيّأت النظرية الفرنسية وتفكيكها للروايات الأذهان للنسبية المعمّمة، من خلال التشكيك بوجود واقع موضوعي مستقلّ عن الإدراك الإنساني، الذي يتأثر بدوره سلفاً بالانتماءات الثقافية والاجتماعية والجندرية (النوع الاجتماعي لكل من الجنسَين). ومما لا شك فيه أن الأمر أسهل اقتصادياً، إلا أنه أكثر تعقيداً تقنياً.

اقتصاد الشكّ

أتاحَ اقتصاد الانتباه دمقرطة اقتصاد الشكّ. إذ إنه جعله بمتناول الجميع، وأسبغ عليه أنموذجاً اقتصادياً أكثر مردوداً بما لا يقاس، وأكثر قابلية للتعميم من اقتصاد الحقيقة. تحول «بزنس» الشكّ، الذي ارتبطَ سابقاً بنشاطات اقتصادية مغايرة، إلى الأتمتة بفضل المنصات، حتى أمسى نشاطاً قائماً بذاته، بمتناول اليد وذي ربحية آنية.

أثار الجامعي واختصاصي المكتبات (الذي أدار مكتبة الكونغرس الأميركي لما يقرب من خمس عشرة سنة) دانيال بورستين في كتابه الشهير **الصورة** (*The Image*) الصادر في العام 1962، عواقب عالم غارق بـ«الأحداث الزائفة» التي تنتجها صناعة الاستعراضات، والتسلية ووسائل الإعلام. ندين لبورستين بالتعبير الذي يُعَرِّف الشهرة بمثابة «شخص شهير بسبب شهرته».

كان الرائد في هذا المجال فينياس تايلور بارنوم، مخترع السيرك الحديث والذي روى متعجّباً أن اكتشافه الرئيس «لم يكن إلى أي حدّ من السهل خداع الجمهور، وإنما إلى أي حدّ يحب الجمهور أن يُخْدَع، طالما أنه يتسلى خلال حضور السيرك». بقيَ متحف إمبراطور السيرك في نيويورك في الذاكرة بسبب وحوشه وسواهم من الطرائف القائمة على الخُدَع، من قبيل عروسة البحر الملفوفة بالقشّ، والتي لم تكن عملياً سوى مجرد قرد أضيف إليه ذيل سمكة.

أسهم قدوم وسائل الإعلام الجماهيرية، وخصوصاً التلفزيون، في توسيع مفهوم المَشاهِد المسرحية القائمة على الخداع. إذ بمقدار

ما حلت الصور محل عرض الأفكار، فإن فكرة المصداقية حلت محل فكرة الحقيقة. ولم يقتصر هذا الانزلاق بالطبع على «تجارة الاستعراض».

تذكرنا السلسلة المتلفزة بعنوان رجال مجانين (Mad Men) بشكل عالي الدقة كيف تعيّن على صناعة التبغ في الستينيات مجابهة أولى الدراسات الطبية الرسمية التي أثبتت بما لا مجال للشك فيه الأضرار المميتة للسيجارة. إذ إن الالتفاف على المشكلة من خلال إحلال السرور والحرية في الصدارة مع التكتُّم على الصحة، سرعان ما اتضح أنه غير كافٍ. وبالتالي تمَّ تبنّي استراتيجية أخرى، أصبحت أنموذجاً يحتذى في مجمل الصناعات التي تشكل خطورة على الصحة وذلك: بالتشويش على الرسائل من خلال تقديم تقارير علمية بديلة زائفة. وهي أفعال وصفها كل من ناومي أوراسكس وإريك كونواي في عملهما بعنوان تجّار الشك، حيث يشيران إلى مذكرة داخلية لرابطة رؤساء صناعة التبغ بتاريخ 1969 تقول: «منتجنا من الآن فصاعداً هو الشك. لأن الشك هو أفضل وسيلة لزعزعة الأفكار الموجودة في رؤوس مستهلكي التبغ لدينا». يرمي اقتصاد الشكّ إلى إنتاج حالة من الاحتمال كي تحل محل الحقيقة، وبالتالي لإعطاء الأفكار «الهامشية» وزناً أكبر ممّا لها في الواقع.

ألغت الإنترنت الحواجز التي تحول دون الدخول في مجال إنتاج الشكّ. إذ كل واحد يستطيع أن يتصرف ويصبح نوعاً من صناعة التبغ، من حيث الإمكان. حيث لم تعد ملايين الدولارات ضرورية. ممّا لا يعني أنها لم تعد ذات أهمية. ذلك أن اقتصاد

الانتباه قد عَزَّز من قوة اقتصاد الشكّ. إنه لم يخلق اقتصاد الشكّ هذا، وإنما جعل منه أساس ازدهاره المذهل؛ وذلك لأسباب رئيسة ثلاثة.

أولها هي مسألة حجم. إذ إنه من الأسهل جداً، ومن الأرخص كثيراً فبركة الاحتمالات من التوصل إلى الحقيقة. إذ تتطلب الحقيقة عملاً طويلاً يتصف بالصرامة، ووضع الأمور موضع الاختبار، بينما تقوم فبركة الاحتمالات على مجرد القدرة على إثارة الانفعالات (Emotional triggering). يتغذّى اقتصاد الانتباه من عدد لا متناهٍ من الإشارات، ويترك للخوارزميات مهمّة تصفيتها تبعاً لطبيعة المستخدم. وبدلاً من أن يشكّل الازدحام عائقاً مالياً، فإنه يصبح مكسباً لأنه يخلق سنداً دعائياً ممكناً، وهو ما يطلق عليه خبراء الإعلان تسمية جردة الموجودات.

أما السبب الثاني فيتعلق بالقدرة على الجذب. فالشكّ يستجوب، ويدفع إلى رد الفعل، ويولّد صدمة انفعالية، تدفع باتجاه التصرف الرقمي، بدلاً من التفكير الهادئ. يمتلك المحتوى المسبِّب للصدمة الانفعالية احتمال حمّى (انفعالية أو عدوى انفعالية) هامة: إذ سرعان ما يتم تقاسمه، والتعليق عليه، واستنساخه. تعطيه ضجته الرقمية (أي عدّاد اللايكات، والمشاركات، إلخ. .) قيمته الاقتصادية في نموذج قائم على الإعلانات.

يرجع السبب الثالث إلى عدم التمييز بين المرسِلين الذين يختارون في الغالب من قبل المنصات، وعلى رأسها الشبكات الاجتماعية الرئيسة، وهي كل من فيسبوك، ويوتيوب، وتويتر.

استُخدمت العودة إلى خطاب أنصار الحرية الرقمية المطلقة، الذين أرادوا توصيل كل الأفراد على قدم المساواة المطلقة، من خلال إعطاء صوت مساوٍ لكل منهم، استُخدمت للتغطية على انعدام المساواة على مستوى المعالجة التي تصاحب النموذج الإعلاني لاقتصاد الانتباه. من خلال سماح المنصات لكل محتوى مدفوع الأجر، بأن يكون مشاهَداً، بصرف النظر عن الجهة الصادر عنها سواء أكانت (فرداً، أو جمعية تجارية، أو سلطة سياسية، أو جماعات ضغط متنوعة)، وكذلك بصرف النظر عن طبيعته سواء أكانت (مقالة جادّة، أو تسلية، أو بروباغندا سفيهة، أو مجرد مزحة سخيفة)، فإنها (المنصات) سمحت بالآن عينه للشكّ المفبرَك من قبل القوى الاقتصادية والسياسية بأن يزدهر على الشبكة، محمياً باسم الحرية الفردية، ومن خلال تأويل أقل ما يقال فيه أنه مشتطّ، للتعديل الأول للدستور الأميركي. وذلك على غرار متجر كبير للمواد الغذائية، الذي يحصل على مكافأة في كل مرة يبيع فيها بضاعة فاسدة، ودون أن يصاب بأي ضرر من قبل زبائنه.

هذه العوامل الثلاثة ليست ذات مصدر تقني، وإنما هي من طبيعة اقتصادية. فهي ليست مجرد منتج من قبل الثورة الرقمية وإنما هي نتاج مصادرة هذه الثورة من قبل رأسمالية اقتصاد الانتباه. إنه أنموذج اقتصادي حَوَّلَ الساحة العامة الممكنة إلى مِشْكال متعدد ومتحول من الاعتقادات المتحاربة فيما بينها، لصالح تجار السلاح هؤلاء، والذين هم تجار الانتباه.

إمبراطورية الاعتقاد

ولأن معرض صخب الزهو والتفاهة هو معرض الاعتقادات. حيث أعلنت عنه بشكل ما ثقافة الشباب الشعبية المنقولة بالصوت والصورة من خلال سلسلة معاصرة لاختراع الإنترنت، ولكنها استكملت وانتهت قبل ظهور المجتمع الرقمي. وضعَت حلقات الملفات الغامضة (The X-Files)، التي عددها 218 حلقة، والتي تمَّ بثها ما بين عامَي 1993 و2002، في مجابهة حامية كلاً من العميلَين الخاصَّين مولدر وسكالي، اللذين تتعامل تحقيقاتهما مع ما يشبه مؤامرة عامة فائقة القوة، تمزج في نوع من التوليف المتقن كل القصص الخيالية الحضرية لما قبل العصر الرقمي من قبيل اختطاف أشخاص من قبل المخلوقات الفضائية، وحكومة «الدولة العميقة»، وعسكريين ومخابرات سرّية أميركية شمالية، في عملية التلاعب هذه. أحد هذين العميلين (مولدر) يعتقد بهذه القصص، في حين أن الأخرى (سكالي) لا تعتقد بها. إلّا أن الترجمة الفرنسية المكتوبة أسفل الصور تقول إن «الحقيقة هي في مكان آخر» متلاعِبة بكل شيفرات التآمر. وكُلِّفَ العميلان بكشف الغطاء الذي يخفي حقيقة يعرفها عدد محدود من الأشخاص، ومحمية بالمقابل من قبل جهاز دولة فائق الفاعلية. «إنهم يخفون عنا كل شيء، ولا يقولون لنا شيئاً». ولم يكن ذلك، في نهاية الأمر، سوى الصدى البعيد لاقتفاء ديفيد فنسنت لآثار الغزاة الفضائيين (The Invaders)، «وهو من أقنع الناس الساذجين أن الكابوس قد بدأ». اندرجَ كل ذلك في مخطَّط تمّ صياغته منذ ما قبل ألفي عام، أي أن: الحقيقة تحتاج أن تكشف بواسطة الأنبياء، حتى لو كان هؤلاء الأنبياء مجرّد عملاء سريين. الاتصال الدائم قلب كل

شيء، إذ: انهارت فكرة الحقيقة التي يجب الوصول إليها. أو بمعنى أدق تولد كل ثانية اتصال حقيقة يتعين الكشف عنها.

وليس من خلال الادعاء بأن «الحقيقة هي في مكان آخر» أصبحت الملفات الغامضة ومشغّلها كريس كارتر على حقّ قبل الجميع، وإنما بالأحرى من خلال عرض على ملصق موجود في مكتب مولدر، عليه طبق فضائي طائر، كُتب عليه: «أريدُ أن أعتقد». إلا أن مولدر لم يعد وحيداً. ذلك أن الكل يريد أن يعتقد، والشبكة تنقل في كل ثانية اعتقادات كلٍّ من هؤلاء محاولة أن تفرض ذاتها على الجميع من خلال تحطيم معتقدات الآخرين. فقدان المصداقية العامّ حلَّ محل المؤامرة الفريدة، وأخذت التحزُّبات المتعددة تتصادم بعنف. إذ أصبح فضاؤنا التحادثي مكوَّناً من جوقة صوتية عبثية وعنيفة تُفرَض علينا ونقوم من جانبنا بتغذيتها بمتعة. وللمفارقة، أصبح مولدر، الذي أراد أن يعتقد بالمؤامرة على الرغم من كل البيِّنات على بطلانها، هو من يتعيّن مجابهته.

يستدعي العالم الرقمي حوار المسيح مع القديس توما. إذ لم يعد الأمر، كما كان عليه الحال في العالم التناظري (Analog)، أن نرى كي نعتقد، وإنما أصبحنا في العالم الرقمي، نعتقد كي نرى. فالشبكة تقدِّم الجواب، وتتيح لاعتقاد كل شخص أن يرى أثراً مرئياً لهذا الإيمان الذي يعمل بمثابة برهان، وفي أسوأ الحال بمثابة تَجَلٍّ.

تتيح كل من الإنترنت وبنية علاقاتها المائعة (غير المتماسكة) كل المقاربات الممكنة، وخصوصاً من خلال إبراز تلازمات غير مألوفة يصبح من المغري بعدها النظر إليها بمثابة صلات سببية. طوّر كل من موقع «الارتباطات الزائفة» وفكاكي الرموز في جريدة لوموند (أشهر

جريدة سياسية ثقافية نقدية فرنسية) «أدوات توليد مقارنات عبثية»، وهي عبارة عن خوارزميات صغيرة توازي ما بين أحداث مستقلّة عن بعضها البعض، أحدها جدّي، بينما الآخر مختلّ على الأغلب، وذلك من خلال اللعب على المقاييس البيانية، وعلى مختلف المفاهيم الإحصائية حتى يقوم كل من العين والدماغ بإجراء مقاربات مباشرة. وهكذا أظهر أحد أكبر نجاحات «الارتباطات الزائفة» التوازي المطلق، وعلى مدى عدة أعوام متتالية، ما بين عدد الغرقى في أحواض السباحة في الولايات المتحدة، وعدد الأفلام التي يمثل فيها الممثل نيكولاس كيج (الذي أصبح أحد أيقونات ميم (Meme) الإنترنت، وأحد نجوم الإنترنت). وهو إحصائياً أمر يتصف بالكمال. إذ إن معامل الارتباط(*) يبلغ 66% (r = 0,666004). ويضيف أنصار المؤامرة قائلين: يا لحسن الصدف.

تشكل التحيزات المعرفية مكوِّناً أصيلاً من شبكة مساواة زائفة. كل الناس يستطيعون التعبير على الإنترنت، إلا أنهم لا يعبِّرون كلهم بالطريقة ذاتها. وتوجد كل المعلومات بالتأكيد بشكل أُفُقي، إلا أن كل طلب من قبل أحد المستخدمين يعيد تنظيمها بشكل عَمودي. وتُجْرَى إعادة التنظيم هذه من قبل عدد صغير من الفاعلين، أي محركات البحث، والشبكات الاجتماعية، أو محركات الضمّ والإدماج.

(*) معامل الارتباط (Coefficient de corrélation) هو معادلة إحصائية تحسب مدى التلازم بين مجموعتين إحصائيتين. ويعتبر هذا المعامل ذو دلالة إحصائية أي إن هناك تلازماً بين الظاهرتين إذا بلغ 0,60 فما فوق. إلا أن التلازم لا يعني قيام علاقة سببية بين الظاهرتين.

تمّ تمييز أنواع التحيزات المعرفية الثلاثة الرئيسة من قبل عالم الاجتماع جيرالد برونر (Gérald Bronner) في عمله بعنوان ديمقراطية السذّج. إذ تتيح محركات البحث تحيز التوكيد: إذ يمكن أن نتوصل دائماً، في هذا الكمّ الهائل من المحتويات المتوفرة، إلى العثور على ما نبحث عنه، حيث ينتهي كل طلب دائماً إلى الوصول إلى مبتغاه. فإذا كتبت «هل الأرض مسطحة؟» في مربع غوغل الأبيض، ستحوّل آلياً إلى أطروحات «التسطيحيين» (أي أولئك الذين يعتقدون، عن حقّ، أن الأرض مسطّحة) والتي ستظهر في المقام الأول لنتائج البحث، مع أن عدد أولئك الذين يعتقدون بهذه الأطروحة لا يكاد يُذكر. أمّا تحيُّز التمثيلية (Représentativité) فيتغذى من محركات البحث والشبكات الاجتماعية، التي لا تشتغل خوارزمياتها إلا على أشياء وحيدة. ينتج هذا التحيز عن تقديم مثال للتدليل على إشكالية عامة، وهو ما يؤدي إلى تحويل هذا المثال إلى حقيقة كونية. وهنا ينقلب التفكير العلمي رأساً على عقب. وأخيراً يغذّي تحيُّز العرض البسيط الشبكات الاجتماعية: إذ هو ينطلق من مسلّمة تقول إن التكرار ينتهي بأن يرسّخ حضور محتوى متكرّر في المجال الذهني لأولئك الذين يتعرضون له. إذ إنه يدفعنا إلى إعطاء قيمة أكبر لما نراه مئة مرة على ما نراه مرة واحدة فقط. ففي عالم يعبّر فيه الجميع بشكل موحّد ولكنهم لا يمارسون هذا التعبير بالتكرار نفسه، تظهر حالة من اللاتوازي لصالح الأكثر إصراراً ونشاطاً. ويشكل متطرفو كل اعتقاد جزءاً من هذه الجماعات. يبرهن تويتر كل يوم على أن الإنترنت هي «ديمقراطية حيث يصوّت البعض مرة واحدة بينما يصوّت آخرون ألف مرة».

تشجّعُ التحيزات المعرفية إمبراطورية المعتقدات وتغذّيها، حيث تحكمها انفعالاتنا وسلوكاتنا. ويشكل الصعود إلى التبادلات المتطرفة، و«استقطاب» المجال الرقمي ما بين المؤمنين المتحمّسين وغير القابلين للمهادنة إحدى العواقب المنطقية. إذ تشجّع الشبكة الاستجابة الانفعالية أكثر من تشجيعها الجواب العقلاني، عندما يثار شيء ذو أهمية بالنسبة إلى المستخدم، وتعمل دينامیات الجماعة على تصعيد حدّة الأثر. يشرح الفيلسوف ورجل القانون كاس سانستين (Cass Sunstein) في عمله بعنوان **الذهاب إلى أقصى مدى**، ويفصّل إلى أي درجة تدفع رغبة المساهِم في أن يحظى بموافقة أترابه، إلى المبالغة إلى حدّ التطرف فيما يؤكده، ويعرضه على الشبكات، حيث تتحول مبالغته عندها إلى نوع من ترخيص المرور في الجماعة القائمة عملياً.

هناك تأثيران يلعبان بكامل طاقتهما، أسمتهما الثقافة الرقمية من خلال ربطهما باسمَي عَلَم.

أولهما هو تأثير داننغ-كروغر (Dunning-Kruger)، الذي طرحه كل من ديفيد داننغ وجوستين كروغر في مقالة نشرت في العام 1999 في مجلة الشخصية وعلم النفس الاجتماعي (*Journal of Personality and Social Psychology*)، وتقيم صلة ما بين درجة جهل الشخص ومستوى ثقته بنفسه. يعرض الرسم البياني الذي يبيّن الترجمة البصرية لهذه الفكرة (رسم بياني يتخذ شكل الجرس) صاعداً وهابطاً بشدة (حادّاً وضيِّق المدى)، ومتبوعاً بخط صاعد أكثر اعتدالاً أُطلق على المرحلة الأولى، التي تربط ما بين الجهل شبه الكلي في موضوع معيَّن، والثقة المطلقة بالنفس، وتبلغ أقصى قمة

الجرس، أطلق عليها تسمية «قمة السيّد الغبي» (Mr. Stupid Peak). ويتبعها أسفل المنحنى، التي أطلق عليها تسمية «وادي اليأس»، وتمثل لحظة بداية اكتساب المعرفة التي تقر بدرجة الجهل بموضوع معيَّن وتمنع إصدار أي حُكم بشأنه، وذلك قبل أن يؤدي تطور الخبرة فيه إلى استرجاع الثقة بالنفس على مدى منحى الاستنارة (Slope of enlightenment)، وهي ثقة تبقى، على كل حال، أدنى من ثقة الجاهل المفرطة. إذ كلما تدنّت معرفتنا، ازداد تأكيدنا، وكلما ازداد تأكيدنا كلما أصبحنا أكثر ظهوراً على البنية اللامتوازية للشبكات الرقمية.

أمّا قانون بو (Loi de Poe)(*) فليس من العلمية في شيء. إذ إنه ولد، على غرار العديد من «القوانين» الرقمية، من تعليق أراد أن يكون مجرّد تثبُّت من الواقع. وذلك قبل أن يتم الرجوع إليه من قبل مستخدمي الشبكة، حيث رُفع إلى مرتبة الحكمة. إذ في العام 2005 وضعَ ناثان بو تعليقاً على ملتقى مسيحي، حيث تبيّن له استحالة قيام مناظرة حول أطروحات الخلق المسيحية، فأخذ مزحة من قبل أحد المنتديين واعتبرها بمثابة توكيد جادّ: «إذ من المستحيل، من دون ابتسامة، أو إشارة واضحة تدل على أن الأمر مجرد مزحة، التعبير عن محاكاة ساخرة لأحد الخلقيين (من يقول بنظرية الخلق)، دون أن يأخذها أحدهم على محمل الجدّ ويعتبرها تصريحاً أصيلاً». يجسِّد بُو عن غير قصد رولان بارت في العصر الرقمي. حيث تفسر سيمياء

(*) تبعاً لاسم مخترعه ناثان بو، هو عبارة عن فكرة تذهب إلى أنه من الصعب أو حتى من المستحيل أن نميز على شبكة الإنترنت، الفارق ما بين شتيمة فعلية ومجرد مبالغات إرادية في التعبير بقصد السخرية.

المعنى مختلف التأويلات من خلال أهمية سياق استقبال هذا المعنى. هناك على الشبكة عدد من السياقات يوازي عدد المستخدمين (لكلّ مستخدم سياقه). تقترح الشبكات الاجتماعية صفحات أخبار ويوميات وواجهات استخدام مبنية من قبل خوارزميات تتغذّى من البيانات السلوكية وبيانات الهوية الخاصة بالمستخدمين. إذ كل يغني على ليلاه على فيسبوك، وتويتر، ويوتيوب. ولا توجد حالة مشابهة للأخرى. يفسر هذا التعدد اللانهائي للسياقات المختلفة التي تتقاسم وتعيد تدوير محتويات متشابهة، كيف يمكن أن يؤخذ تعليق ساخر على محمل الجدّ، وبالعكس (كيف يمكن أن يؤخذ تعليق جادّ على محمل السخرية). وهو ما يعزز تصاعد الغضب والشعور الممكن بالإهانة تجاه مبالغات هي ليست كذلك في الواقع.

ترسم التحيزات المعرفية، وتأثيرات الشبكة مساحة حوار وتشارك، يتغلّب فيها الاعتقاد على الحقيقة، والانفعال على التروي، والغريزة على العقل، والهوى على المعرفة، والمبالغة على الاتّزان. إذ تربط خوارزميات التوصية المتآمرين فيما بينهم، كما يكافئ المنطق التجاري المبالغات. لقد خلق اقتصاد الشكّ إمبراطورية اعتقادات، أصبحت تشكل مجالاً للتآمر.

مؤامرات

تدور الصور والمؤامرات على الشبكات، متصلة بخوارزميات يندرج ذكاؤها الاصطناعي ضمن الحماقة المتكرِّرة. إذ ترفع يافطات في مباريات كرة القدم والسلة الأميركيتَين، كما في التجمعات،

ومناسبات إحياء الذكرى. ولا تحتوي بمثابة شعار سوى حرف بالخط العريض، هو حرف «Q». ويتم تصوير حاملي اليافطات ويافطاتهم، ويتم توزيع هذه الصور على الشبكات كي تغذي بالمادة كلاً من صفحة ملف الأخبار (Newsfeed)، واليوميات (Timeline) لأولئك الذين يعني لهم ذلك شيئاً ما. إنهم العارفون. أما الآخرون نيجهلون، ويجهلون حتى أنهم يجهلون: إذ ليس لديهم أي فرصة لتلقي هذه الصور في حياتهم الرقمية. أصول هذا الحرف بالخط العريض «Q» المرفوع من قبل أنصار الرئيس الأميركي دونالد ترامب المتطرفين، مدعاة للبس. يبدو أنها (الأصول) تعود إلى أكتوبر 2017، حين ظهور حساب يُدعى QAnon على موقع 4chan، والذي يؤوي عن طيب خاطر، القائلين بالمؤامرة وسواهم من العظاميين (Paranoïaques) (المصابون بجنون الارتياب).

يستدعي QAnon شخصية مخبر مسلسل الملفات الغامضة المسمّى «ذو الحنجرة العميقة» (Deep throat) (ما يحيل إلى كاشف فضيحة ووترغيت، والذي يحيل بدوره إلى الفيلم الإباحي لذلك العصر) والذي يقدم نفسه بمثابة حامل شارة الدفاع السرية «Q». يطلق المحادثة الرقمية من خلال أسئلة تدور حول مسألة المؤامرة («هل هي مجرد صدفة إذاً. . .»؛ «لماذا لا نتكلم أبداً عن. . .»)، والتي تشير جميعاً إلى الرئيس الأميركي. ويشكل ما يتلو ذلك فيض من التأويلات حيث كل شيء يمثّل إشارة، وكل شيء يحمل معنى. وكون حرف Q هو السابع عشر في الأبجدية، فإن كل من تصاريح دونالد ترامب للرقم 17 تعتبر بمثابة إشارة مساندة وانضمام، بانتظار «العاصفة»، حيث يتخلص الرئيس من أركان «الدولة العميقة»

(Deep state)، أي وكالات الأمن، وسواها من الإدارات الفدرالية المعتبرين أنهم يحولون دون ممارسته الحُكم.

تشكل «Q» مؤامرة واحدة في محيط كامل من المؤامرات السياسية، والدينية، والاجتماعية، والثقافية. إلا أن الطبيعة غير الأكيدة لمصدرها يمحضها بعداً أكثر دلالة، ما يذكّر ببورخيس أو أمبرتو إيكو(*) ذلك أنه يبدو من الأكيد أن «Q» لم تكن في البداية سوى مزحة طُرحت على الشبكة من قبل معارضي دونالد ترامب بهدف السخرية من مجنوني العظمة محازبي الرئيس الأميركي، وانتهى بها أن تصبح نوعاً من الواقع بالنسبة إلى أولئك الذين أرادت أن تُضْحِكَهُم.

يروي خورخي لويس بورخيس في قصته القصيرة بعنوان تلون، أوكبر، أوربس، ترتيوس (*Tlön, Uqbar, Orbis, Tertius*) اختراع كوكب خيالي اسمه تلون من قبل جمعية سرّية. ويتبارى علماء الرياضيات، والفلك، والبيولوجيا، والدين، والشعراء والمهندسون في رواية الكوكب الوهمي الذي يبدأ، شيئاً فشيئاً، في الإفلات من خالقيه ويتوصل إلى فرض ذاته. وهكذا يحلُّ الماضي المختلق محل التاريخ الواقع، وتصبح ذاكرة البشر مجرد أخيولة.

وسوف يعود أمبرتو إيكو إلى هذا المبدأ، في زمن المعلوماتية والروابط الواهية التي تسمح بإقامتها. يروي بندول فوكو(**) اختلال ثلاثة مهووسين بالتنجيم. لقد تخيّلوا كي يلعبوا، على أساس مناظرة

(*) روائي إيطالي معاصر مشهور وناقد أدبي، وفيلسوف، وعالم سيمياء.

(**) جهاز بسيط سُمّي على اسم عالم الفيزياء الفرنسي نفسه، مصمَّم بمثابة تجربة للبرهنة على دوران الأرض.

في التباري العلمي، مؤامرة كبرى، تحدث كل قرن مرة، هادفة إلى التسلُّط على العالم، فانتهى بهم الحال إلى الاعتقاد باختراعهم والاضطرار إلى مواجهة تجسّده فعلياً.

تُلقي هذه القصة الضوء على عصرنا الرقمي، حيث يؤدّي اعتقاد كل منا إلى بناء واقعه الخاص، من خلال تحوله إلى حقيقة يتخيّل أنها مشترَكة مع الآخرين.

الفصل العاشر

معركة الإعلام غير المتكافئة

إنه واحد من أشهر المشاهد في السينما الهوليوودية؛ حيث يختتم رواية طويلة على شكل استرجاع للمَشاهِد. أتى السيناتور رانسوم ستودارد، الذي يقوم جيمس ستيوارت بلعب دوره، ليحيي ذكرى صديقه توم دونيفون (الذي يلعب دوره جون واين)، وهو راعي بقر صامت وكتوم ويعيش وحيداً. فيستعيد ذكرى مروره السابق في بلدة شينبون الصغيرة. حيث كان قبل خمس وعشرين سنة محامياً شاباً متحمِّساً للعدالة، وتجابه مع ليبرتي فالانس (يقوم لي مارفن بدوره)، وهو الرجل الذي يرعب البلدة الصغيرة في الغرب الأميركي. تجابه الرجلان في مبارزة غير متكافئة، إذ إن ستودارد لم يكن يحسن استعمال السلاح. ولقد فاجأ الجميع بتمكّنه من قتل فالانس، ما حوّلَهُ رأساً إلى بطل أُطلِق على المسرح السياسي. ولكن بعد مضي ربع قرن، أقرَّ بالحقيقة: إذ إن دونيفون هو من قتل فالانس، دفاعاً عنه. وبعد الإدلاء بهذا الاعتراف، ينهض مدير جريدة *Shinbone Star* الذي وثّقه، ويمزّق الأوراق. ثم ألقى الخطاب الأكثر شهرة الذي تُلِيَ للصحافة قائلاً: «هذا هو الغرب، حين تصبح الأسطورة واقعاً، اطبع هذه الأسطورة».

أنتج جون فورد فيلم الرجل الذي قتل ليبرتي فالانس عندما كان في سنّ الثامنة والستين، ولقد كان همّه أن يقوم بما لم يتوقف عن القيام به في صناعة الأفلام، أي أن: يروي أميركا، وتاريخها، وشططتها. وهو يذكر بهذا الفيلم أن أميركا قد بُنيت بانتصار القوة المتعقلة (دونيفون) على القوة الغاشمة (فالانس) في حين اعتقدت أنها بُنِيَت على القانون (ستودارد). إلّا أن هذا الاعتقاد، مع أنه قام على أُخيولة إلّا انه جوهري بالنسبة إلى حداثتها، إذ إن ذلك هو ما سمح لها بالعبور من الغزو إلى المجتمع، ومن العنف إلى القانون. كما أن الصحافة هي أيضاً ما جعل هذا العبور ممكناً.

هذه الرسالة هي أيضاً تأسيسية، لكل صحافيي العالم. إذ إنها تجعل من الصحافة المُوَجِّه الرئيس لقصة تشكّل المجال العام عندما تطرح فيه، كما تسهم في بناء البلد وثقافته الجماعية. إذ تسهم جريدة *Shinbone Star* في إقامة مجتمع محكوم بالقانون.

تولد رؤية هذا المشهد في العصر الرقمي لا محالة الاكتئاب المرتبط باسترجاع العوالم التي خلت. إذ إن السرد الفريد قد زال واختفى.

تتيح كل من التقنية والاتصال للجميع، مؤسسات وأفراداً على حدّ سواء، التعبير وردّ الفعل والتواصل. إلا أنها تشوّش هوية المشاركين وتدمّر صِيَغ الروايات. إذ لم يقتصر تعدد الفاعلين على إنتاج نشازات صارخة. وإنما هي تولد كذلك حروب سرد حقيقية، يبدو فيها من المستحيل التمييز بين المتحاربين. حيث تتجابه على شبكة الإنترنت وفي ميدان معركة محضّرة من قبل الخوارزميات كل من الوقائع، والآراء، والأخطاء، والاستقصاءات المضبوطة،

والأكاذيب الصارخة، والإحصاءات الأمينة، والوشايات، والبيانات، والالتزامات، ما يذكّر بحُكم جوناثان سويفت حين يقول: «الكذب والزيف يطيران، أما الحقيقة فتزحف بعيداً خلفهما».

على الشبكات، تُغْلَب الصحافة على أمرها بشكل دائم. ذلك أنها تعجز عن القتال سواء على صعيد عدد الرسائل، كما على صعيد زخمها. إذ لا هي تستطيع فرض وتيرتها، ولا نبرتها. حيث يتمُّ إبطال توقعاتها الانتخابية، ويُشَهَّر بالتزاماتها، ويُرَذَّل ممثّلوها. إنها مهزومة على الشبكة، ويبدو أنها مهزومة كذلك على مستوى مُجمل الحيِّز العام: إذ أصبح التحدّي الموجّه إليها من دون حدود. إنها مؤسسة مهدَّدة، حيث توضع مهنتها موضع التساؤل. «أصبحت الخبرة تعتبر من الآن فصاعداً بمثابة الشكل الأكثر إفساداً، والأكثر تكريساً للسيطرة»، تبعاً لأقوال المؤرّخ مارك لازار.

الخطّ والدائرة

انتظمت وسائل الإعلام، منذ أواخر القرن التاسع عشر، تبعاً لنموذج خطّي نتجَ عن إرغامات تقنية ومالية أي (الإنتاج، والنشر والتوزيع، وصولاً إلى الجمهور). وكان نشر رسالة إلى عدد كبير من الأشخاص يتطلب موارد نادرة. إذ كان يتوجّب بالنسبة إلى الصحافة توفُّر قدرات صناعية تتيح الطباعة والتوزيع، ويتوجّب بالنسبة إلى الراديو والتلفزيون، التمكّن من الوصول إلى موجات التردد، القليلة العدد، والمملوكة من القطاع العام. وبالتالي، كان عدد المنظمات القادرة على إنتاج، ونشر وتوزيع المعلومات، محدوداً. إلّا أن الممارسة الصحفية المُتَمَهِّنة هي التي أتاحت للصحافة العبور من

وضعية الوسيط التقنية، إلى وضعية الجسم الوسيط السياسية، وبالتالي تحويل جمهورها إلى مواطنين.

تربط هذه الممارسة بين فكرتين متكاملتين.

إذ تحول نظرية حراسة البوابة (Gatekeeping)، التي أعلنها كورت ليفين (Kurt Levin) في العام 1943، وأكملها ديفيدماننغ وايت (David Manning White) في العام 1950، واقعاً إمبريقياً (Empirique)[*] إلى رسالة. يمتلك عدد الصحافيين المهنيين الصغير الذي يُعْلِم العدد الأكبر من المواطنين مفتاح الخيار، وطبيعة الرسائل ومحتواها. ولكي يتم الاعتراف بهذا الدور باعتباره مشروعاً، ولا يكون موضع شكّ، يتعين أن يُمارَس على أساس معايير اختيار قابلة للتفسير، وبشكل مسؤول، ومستقلّ، ومجرَّد من المنفعة الذاتية. هذه الضرورة هي في أصل نشدانِ استقلالية التحرير في مختلف وسائل الإعلام.

تكمل القدرة على وضع جدول الأعمال (Agenda setting)، تحليلات عالم الاجتماع الفرنسي، غابرييل تارد (Gabriel Tarde) الذي أثار، منذ نهاية القرن التاسع عشر، قدرة وسائل الإعلام على تنظيم الحوار العام. وذلك ليس من خلال طرح ما يتعين التفكير فيه حول موضوع معيَّن، وإنما من خلال إبراز الموضوعات التي يتعين التفكير فيها. ومن أجل التوازن الديمقراطي للمنظومة، يتعيَّن أن تتضمن هذه السلطة واجباً يتمثل في: أن يتفاعل جدول الأعمال،

(*) إمبريقي (Empirique) هي تلك الطريقة البحثية التي تنطلق من الوقائع المحسوسة القابلة للملاحظة والتجريب كي تصل إلى خلاصات نظرية قابلة للتعميم.

المقدَّم من قبل وسائل الإعلام، مع الجدول المطروح بحدة في المجتمع، وبحيث يغذّيان بعضهما البعض الآخر. وهكذا يقيس المؤشر الذي وضعه، في العام 1968، كل من ماكس ماك كومبس (Max McCombs)، ودونالد شو (Donald Shaw) التوافق ما بين الموضوعات المعالَجة من قبل الصحافيين، والموضوعات التي تشغل اهتمام المواطنين. حيث يظهر، دون عتبة معيّنة، خطر فقدان الاتصال ما بين وسائل الإعلام والجمهور، ويبرز الحذر من قبل هذا الأخير، كما تتعرض وسائل الإعلام للتحجر.

بعد خمس عشرة سنة على اختراع الشبكات الاجتماعية تمّت مهاجمة الشرعية وترسخ تحديها. إذ إن كل شيء متوفّر على الشبكة، ولم تعد الصحافة تُدْرَك باعتبارها ما يُنْشَر، وإنما أصبحت تُدْرَك باعتبارها ما يُخْفَى. وهي متّهَمة بفعل الإخفاء من خلال الامتثال لمعايير اختيار لم تعد مستقلة ومجردة من الغايات، وإنما هي تُملى من قبل السلطات السياسية أو الاقتصادية. إذ أصبحت حراسة البوابة تماثل رقابة مقنّعة. والأمر أكثر سوءاً بالنسبة إلى وضع جدول الأعمال: فالصحافيون ينتجون، فيما يعالِجون من مواضيع، ما يعنيهم هم باعتبارهم طبقة اجتماعية متناغمة في قناعاتها، وممارساتها الثقافية، وأماكن حياتها. لقد أمضت الصحافة بعض الوقت كي تتقبّل خسارة احتكارها للإعلام، وقبل أن تلعب كلياً لعبة المحادثات الأفقية. وهي لم تتخيل مطلقاً أنها ستجابه وضع وجودها ذاته موضع التساؤل.

إذ لم يكن هناك أي شيء يعدّها لهذه الوضعية. وكوني شاركت في السنوات الأولى من الصحافة على الإنترنت، يمكنني أن أشهد

على ذلك البُعد من المثالية الذي سادَ حينها. كان القلق الاقتصادي بخصوص المردود المادي المستقبلي حاضر بالطبع. إلّا أنه لم يكن يكفي لإخفاء حماس الرواد المفرط تجاه استقطاب جمهور محتمل الوجود على مدى الساحة العالمية، وتجاه الوقت الذي لم يعد مقيّداً بوتيرة الإصدارات اليومية. وخصوصاً أنه لم يعيق في شيء الأمل برؤية ولادة ألف موقع إعلامي على الإنترنت (كان يُقال عن ذلك حينها «اللاعبون الخالصون» أي المتحرِّرون من كل القيود)، بغية إقامة بيئة جديدة متنوِّعة، تشكّلُ أساس انطلاق حوارات جديدة يستفيد منها الجميع. كان تقدم نمو الجمهور ثابتاً، إذ بدا أن كل فاعل جديد يعمل على زيادة أولئك الذين سبقوه. وانفتح أمام الإعلام أساليب جديدة في الكتابة، وبروز لغات جديدة لرواية الوقائع، وأشكال جديدة تمزج الصورة، والصوت، والكتابة، والرسوم التوضيحية. أن نتمكن أخيراً من «محاورة» الجمهور، أولئك الذين يبدون ردود فعلهم، على الإنترنت، فيعلّقون، ويستكملون، ويوضّحون، ويملك كل منهم مدوّنته، ويقدمون أنفسهم بمثابة «صحافيين مواطنين»، حمل كل ذلك الوعد بساحة عامة جديدة، أكثر أفقية (أكثر مساواة وتكافؤاً). أدى الحلف المتجدِّد ما بين العمل الصحفي والجمهور إلى فقدان حراسة البوابة لفاعليتها، والقبول بمسؤولية تمارس من خلال حوار عام، واليقين بأن الذكاء الجمعي الذي يتجلى على الشبكة سوف يضع جدول أعمال جديد. كانت الثورة الرقمية، بالنسبة إلى العمل الصحفي، تحمل الوعد بحوار كوني ومواطني تلعب فيه الصحافة دوراً مركزياً ومعترفاً به من خلال توفير الوقائع، في سياقها وتفسيرها.

لم تكن هذه المثالية سوى ولع بالتقنية. إذ إنها تشكل صدى لاعتقاد قديم يتمثل بـ«المقايضة الحرة للأفكار»، والتي أثارها في البداية الفيلسوف جون ميلتون (في عمله بعنوان آريوباجيتيكا عام 1644) بمثابة تعبير مجازي، وأعلنها جون ستيوارت مِلْ في منتصف القرن التاسع عشر (في عمله بعنوان عن الحرية عام 1859)، حين كانت الصحافة تنمو في الولايات المتحدة. وهي مُسْتَلْهَمَةٌ بوضوح من الاقتصاد: إذ إن التنافس الحُرّ بين الأفكار، يتيح للحقيقة أن تتدفق وتتوكد. حيث تشكل الحرية المطلقة للتعبير ضمانة فاعلية المنظومة (الاجتماعية-السياسية)، إذ تحول دون إعاقة عمل آلية التنافس بين ما هو خطأ، وما هو حقيقي. ذلك أن الصحافة تنتج إذا مارست مهنتها بشكل صحيح، إعلاماً صائباً وصارماً، في شارع الأفكار، ما يفرض ذاته بصورة طبيعية على الأكاذيب والأفكار المغلوطة، وهي بذلك ستكون في «خدمة الجمهور»، بحسب التعبير الأميركي. بالنسبة إلى الرئيس الأميركي الأسبق توماس جفرسون: «ليس هناك أي خطر من التساهل بصدد بعض الأخطاء والآراء المغلوطة، عندما يُسمح للعقل أن يحاربها». ولقد تمَّ الاعتراف بالتجارة الحرة للأفكار من قبل محاكم العدالة الأميركية في العام 1953.

اتضح أن سوق الأفكار والإعلام الرقمي مختلف جداً عما سبق أن تمَّ تصوره. ظنت الصحافة أنها سوف تنظم المحادثات، فإذا بهذه المحادثات أخذت تفكك الصحافة. وبعد عشرين سنة تغير كل شيء.

إلا أنه قد تمَّ توقع شكل النموذج الجديد للإعلام. حيث تحول

من إعلام خطّي (من الصحف إلى القرّاء)، إلى إعلام دائري. ومن إعلام ذي اتجاه واحد إلى إعلام متعدِّد الاتجاهات. إذ أصبحت المنظمات الصحفية، والمواطنون، وواجهات التوزيع تشكل انطلاقاً من ذلك دائرة من العلاقات المعقدة. وأصبح بإمكان المواطنين الاتصال المباشر مع الصحافيين وبالعكس، على أن العلاقة بإمكانها أن تمرَّ أيضاً بأدوات التوزيع، أو بمنصة البحث (غوغل على سبيل المثال)، أو بالتوصيات (فيسبوك)، وكذلك اقتراح الاكتشاف (تويتر). تؤطر الأدوات ما يمكن للمواطنين مشاهدته، كما أنها تستجيب كذلك لسلوكات هؤلاء، من خلال الخوارزميات التي تدمج في معاييرها الأداء (القصص الأكثر مشاهدة)، والتفضيلات (أي تلك الأكثر تقديراً من قبل المشاهدين). أخيراً، تضع الصلة الوحيدة ذات الاتجاه الواحد وسائل الإعلام على علاقة مع منصات التوزيع، وفي أحسنِ الأحوال تضع هذه الوسائل في موقع المُورِّدين، وفي أسوئها في وضعية تبعية بالنسبة إلى منصات التوزيع.

ميّز الأكاديمي إيثان زوكرمان (Ethan Zuckerman) مدير مختبر وسائل الإعلام المدنية، في معهد ماسّاتشوستس للتكنولوجيا(*) «اللاعبين السيئين» (Bad actors) الذين دخلوا المنظومة الرقمية، بشكل غير متوقَّع، كي يفسدوها ويغرقوها من خلال الرسائل السيّئة. ولقد عدّد أربع عائلات منهم. تتكون أولاها من وكلاء إفساد الإعلام

(*) MIT هو أحد أشهر مراكز البحث الجامعية الرائدة عالمياً وذو الإنجازات فائقة التقدم في ولاية ماساتشوستس في أميركا. يضم مجموعة من كبار الباحثين من حملة جائزة نوبل في مختلف فروع العلوم والتقنيات والعلوم الإنسانية.

ونعطيله، والمكوَّنة إمّا من قوى أجنبية، وإمّا من جماعات مصالح اقتصادية أو سياسية. يأتي بعدها «المعلنون المُظْلِمُون» (Dark ads) الذين يتقصّدون إبطال مصداقية المنافسين أو خداع المستهلكين. أما العائلة الثالثة فتتكوَّن من أصحاب نظريات المؤامرة وسواهم من المتطرفين والذين يصبّون معتقداتهم على الشاشات. أما المجموعة الأخيرة، فهي ليست إنسانية، إذ إنها تضم الروبوتات التي تتبنّى هوية المستخدِم بغية إفساد المحادثة.

تتصرف الشبكات على غرار جرن غسالة الملابس التي تخلط كل محتويات العائلات الأربع، سالفة الذكر، مع سواها من الرسائل. لا يتمكن الإعلام الممتهن والمحقِّق من التمايز عما سواه في هذا الجرن، كما أنه يعاني كي يفرض ذاته على الأخبار الكاذبة. يطل تهديد مجتمع «ما بعد الإعلام» (Post-news) برأسه بعد عصر «ما بعد الحقيقة» (Post-truth). إذ لم تشتغل تجارة الأفكار كما كان متوقعاً. حيث تحوّل الساحة المأمولة إلى حلبة تزداد عنفاً كل يوم. وبدلاً من إقامة نظام في حالة بناء متقدم على الدوام، أنتجت فوضى بلا حدود.

على أن وجود «اللاعبين السيِّئين» لا يفسر مع ذلك مجمل الاختلال. إذ إن توظيف كل الجهود التصحيحية لطرد هؤلاء اللاعبين السيِّئين من المنظومة هو، في الآن عينه، مفيد، وخطر، وغير كافٍ.

إذ يشكل إلغاء الحسابات الزائفة، ومنع استعمال الروبوتات، إجراءات تقنية في متناول المنصّات، ولقد بدأ العمل بها. وهكذا ادّعى فيسبوك إغلاقه مليون حساب يومياً في يناير 2019، ما يبيّن عدد الحسابات الزائفة التي كان يمكن أن توجد على الشبكة عندما

لم يتخذ أي إجراء لمجابهة هذا التأثير. هذه الإجراءات مفيدة، تماماً كفائدة الضغط السياسي والمواطني الهادف إلى تحديد هوية من يضعون الإعلانات التي تغذّي الشبكة.

تشكّل سياسات تحديد مصداقية المحتويات أو سحبها من التداول خطورة أكبر حيث إنها تهتم بالمحتويات ولا تقتصر بالتالي على «اللاعبين». سحب هذه المحتويات، سواء أكان بقرار من سُلطة إدارية، أو من خوارزم، أو حتى من الفريق العامل على منصة معيَّنة، يمكن أن يماثل نوعاً من الرقابة، وخصوصاً أنه يتعذر إجراؤه تقنياً: ذلك أنه من الوهم التفكير في لحظة ما بإجراء فرز آلي لما هو حقيقي عمّا هو رأي سيّئ النية، أو عمّا هو محاولة للتلاعب.

أخيراً، لا يكفي التركيز على اللاعبين السيّئين، وعلى الرسائل السيّئة، فذلك لا يضع موضع التساؤل والإدانة بنية المنصات ذاتها. وإذا كانت منظومة الإعلام الرقمي المقترحة من قبل المنصات الاجتماعية، تعاني الخلل، فإن ذلك لا يرجع بالطبع إلى تمثيل كل الآراء. فتجاور الزائف والحقيقي لا يشكّل سوى تفسير قاصر. إذ يلعب تنظيم كل هذه الرسائل دوراً حاسماً. بينما تموّه فوضى التحرير، في الواقع، نظاماً اقتصادياً (يعمل في الخفاء).

النظام الاقتصادي الجديد والإعلام

ليس هناك من نموذج اقتصادي للإعلام بمعزل عن وسائل الإعلام. إذ بيّنَ المؤرخ الأميركي بول ستار (Paul Starr) في أعماله أن نموذج وسائل الإعلام الجماهيري، المولود في الفترة ما بين القرن التاسع عشر والقرن العشرين، يعود إلى سلسلة من الصدف،

التي نخشى اليوم أنه شكّل نوعاً من فاصل سعيد.

إذ إن قيمة الإعلام تفوق الاهتمام المباشر والشخصي الذي نثيره. ذلك أنه ينتج، ما يطلق عليه الاقتصاديون تسمية الآثار الجانبية، أي تلك الآثار التي تتجاوز مجرد استهلاكه المباشر. هذه الآثار الجانبية هي من طبيعة ثقافية، اجتماعية وسياسية. يشكل تحويل القارئ، على الصعيد الاقتصادي، إلى مواطن قيمة أكبر من مجرد الانتباه الذي يوليه هذا الأخير للإعلام. ذلك أن مستوى الثمن الضروري للحصول على إعلام ذي قيمة يتجاوز، وإلى حدٍّ بعيد، التوازن الاقتصادي للنشاط الصحفي. إذ إن تحميل «مستهلِك الإعلام» كامل كلفة إنتاجه يحمل خطر حصر الوصول إلى الإعلام على القلة، ما يسبّب آثاراً جانبية سلبية تتمثل في: تدهور النقاش العام، وصعوبة الحصول على منظومة ديمقراطية مستقرّة، ليس بسبب الفروق في الآراء، وإنما بسبب الفروق في مستوى الإعلام المتوفّر لمختلف الأفرقاء.

تشكل كل من كونية الوصول إلى المعلومات، والجدوى الاقتصادية، ونوعية الإعلام المنتج وتنوُّعه، الأضلاع الثلاثة لمثلث غير متوازي الأضلاع. تمكنت الصحافة المكتوبة في عصر توزيعها المكثّف من خلال تمويل وصولها إلى القراء من قبل الإعلانات، وبيعها بسعر معتدل أبقته على مستوى الحاجات الأساسية، وأمكنها بالتالي من حل معادلة النوعية وقابلية الوصول (إلى الجمهور العريض). فما بين العام 1875 وأول صدمة بترولية في العام 1973، ظل سعر الجريدة اليومية من دون تغيير، إذ يوازي، في فرنسا، سعر رغيف الخبز الفرنسي العادي.

أطلقَ الراديو والتلفزيون نموذجاً مغايراً، من خلال بيع وقت للعرض، ومن خلال وضع الأُسُس الأولى لاقتصاد الانتباه بالبحث عن جمهور المستمعين والمشاهدين. على أنه ليس لكل الرسائل الفاعلية ذاتها، في هذا المجال، وبالتالي ليس لها المردود الاقتصادي ذاته عندما لا يصحّح النموذج. القدرة على جذب جمهور كبير تمنح مكافأة عالية. ينطبق ذلك أيضاً على كل من التأثير الانفعالي، والمفاجئ، والغاضب، والمصدوم، والمتمرد، والضاحك، والفضائحي على حدّ سواء. وحين تطبق على الإعلام، فإن محاولة استقطاب الانتباه بأي ثمن تؤدي إلى التراتبية التي لا مناص منها للرسائل، وتميل إلى تفضيل «صدام الآراء» وإثارة الحماس على صيغ الإعلام من مثل الاستقصاءات والتقارير الميدانية. تُرْجِمَت إرادة حصر تأثير هذا النوع من اقتصاد جذب الجمهور على الإعلام من خلال وضع قواعد، في مجال أخلاقيات المهنة، والتَّمَهُّن، وكذلك من خلال فرض إرغامات، وأدوات ضبط من قبل أطراف ثالثة. وكان الأثر شبه مباشر عندما تمَّ رفع هذه القواعد أو تخفيفها. وهكذا أثبت الأكاديمي يوشاي بنكلر عواقب تخلّي الـ FCC (المجلس الأعلى الأميركي للمرئي والمسموع) عن سياسته في «التوازن العادل» تجاه المحطات الإذاعية والتلفزيونية خلال أعوام الثمانينيات. إذ وَلَّدَ هذا التعديل في القواعد تعدداً في البث الإذاعي المتآمر، والمتجاوز للحدود على الموجات الكبرى. بينما أدى في التلفزيون إلى ولادة محطة فوكس نيوز. فظهرت في تلك الفترة الأخبار الكاذبة (Fake news). كما أظهر اقتصاد الانتباه المفلت من الضوابط عواقبه السيّئة على طبيعة الإعلام.

أدّى العبور إلى الرقمي، وإلى الشبكات الاجتماعية، إلى تضخيم هذا المنحى (التفلت من الضوابط) بشكل مذهل. فالمنصات ليست مجرد وسائل إعلام مبنية، من دون قواعد تنظيمية من أي نوع كان، على اقتصاد الانتباه، وإنما هي وسائل إعلام تخضع فيها كل الرسائل إلى هذا الاقتصاد. إذ يعالَج الخبر كأي محتوى آخر، تبعاً لفاعليته الاقتصادية، وتقارن هذه الفاعلية بفاعلية أنماط الرسائل الأخرى. ويتعيّن على الخبر كي يصبح مسموعاً، أن يندرج ضمن مستوى فئات المحتوى الأخرى، وخصوصاً على الصُّعُد الانفعالية. أي أن «يلتصق» باعتقادات الجمهور المستهدف، وهواماته(*) (Fantasmes)، وقناعاته، ومشاعره، حتى يكون له فرصة أكبر في أن يُرى ويتم تقاسمه. يعاني هذا السوق من الخلل: ذلك أن الخبر «الجادّ» مغبون بحكم طبيعته الجادة ذاتها.

ذلك هو شأن خوارزم فيسبوك. إذ لا يعرفه أحد، من خارج مجتمع فيسبوك، بالتفصيل، إلّا أن العوامل الأربعة التي تحدِّده علنية. تشكل كل من حالة التوفر، والإشارات الصادرة عن كل محتوى، وردود الفعل المتوقعة، والنتيجة النهائية المعطاة، ذلك المزيج الرياضي الذي يوزِّع الرسائل وينظمها تراتبياً بالنسبة إلى كل فرد. يتحدّد العنصر التنبؤي جذرياً بالانتباه المتوقع من قبل كل مستخدم، كما تعطي الإشارات بدورها وزناً للمشاركات و«اللايكات» وغيرها

(*) هوام (Fantasme) هو نوع من التصور الأقرب إلى حلم اليقظة، إلا أنه يأتي عفوياً، على عكس حلم اليقظة الذي ينخرط فيه الفرد، ويمر بمثابة فكرة أو رؤية خاطفة. وقد يكون لا واعياً تماماً. ويُعَبِّر في الأصل عن رغبة دفينة أو عن توجس من نوع ما.

من أفعال الفرد الذي يقرأ الرسالة، ويُنظر إليها بمثابة إشارات «نشطة»، على عكس الإشارات «السلبية» المتعلقة بطبيعة المحتوى. تعطي سياسة التفاعلات ذات المعنى (Meaningful interactions) المعلَنة بداية عام 2018 من قبل مؤسِّس فيسبوك مارك زوكربيرغ، تعطي الأولوية للمحتويات التي «تطلق الاستجابات وتبدأ المحادثات». وحيث إنها تعطي الأفضلية للصلات الشخصية، والتفاهمات الانفعالية، فلقد جعلت من الإعلام المُتَمَهّن محتويات من الدرجة الثانية.

أخذت المنصات الرقمية التي رفضت إطلاقاً اعتبارها بمثابة وسائل إعلام من هذه الوسائل دورَين وظيفيَّين أخرجتهما من دورهما الأصلي. وهكذا انقلبت حراسة البوابة: إذ الكل يستطيع الدخول في المنظومة، إلّا أن المستخدم لا يستطيع الوصول إلى كل الناس بالمنحى ذاته. إذ يدخل المقرّبون منه إلى منظومة معلوماته بسهولة أكبر. وأما فيما يتعلق بوضع جدول الأعمال، فلقد أصبح يُبْنَى من قبل الخوارزميات، ليس من أجل المجموعة، وإنما من أجل كل مستخدِم تبعاً لفاعلية أهواء الرسالة، والتي تطلق من ثم ردّ فعل من قِبله، ما يسهم في تنشيط الشبكة. يزيد ما يقارب مليارات المستخدمين ومثيرات انفعالاتهم من تراكم الانتباه على المنصة، وبكلمة أدقّ، يزيد من مردودها الاقتصادي.

لا يعود الاختلال الذي يسهّل الإفراط في المبالغة، والتطرف، والفضائحي، والنزعة إلى تكوين الشلل، والعبثي، فقط إلى وجود اللاعبين السيّئين، بل هو يعود إلى نموذج أعمال هؤلاء الفاعلين الرقميين، الذي يعزّز إدماننا تجاه انفعالاتنا وينمّيها. إنها مسألة بنية،

وليس مجرد مسألة صدفة. فيسبوك هو مجال إعلامي قيد البناء، وهو يزعزع كل شيء في مسيرته، ولا يكمن عيبه في تركيبته، وإنما في تنظيمه. حتى لو تخلّصَ من روبوتاته، وحساباته الزائفة ومتلاعبيه الخارجيين الحقيقيين، لا يزال يتعيّن عليه أن يقبل طرح ترتيبٍ لمجاله لا يكون تابعاً كلياً لآليات الاستجابات الانفعالية.

لا يخرج مجمل النقاش العام سليماً من كل ذلك. إذ تنتهي كل من وسائل الإعلام الكلاسيكية والمنصّات الاجتماعية بتكوين مجالَين متباينَين، لا يشتغلان بالطريقة ذاتها. حيث تعجز وسائل الإعلام عن إدراك ما يجري على الشبكات: ويتعذّر عليها تكوين رؤية شمولية عمّا يتكون من مجرد مجالات ذات طابع شخصي متناهية الصغر. أما فيما يخصّ مجال المنصات الاجتماعية فهو لا يُطرح على هذه الشاكلة: إذ لِكُلٍّ روايته الخاصة على فيسبوك، ويوتيوب، أو تويتر. وهو ما يولّد حالة من سوء التفاهم: حيث لا يعثر أي مستخدم على مرآة عاكسة وأمينة لوضعه في الموضوعات التي تعالجها وسائل الإعلام. تؤدي الهوة التي تقوم بين هذين العالمَين، اللذين ينتهي بهما المطاف إلى علاج موضوعات مختلفة، إلى استكمال الفارق القاتل بينهما. إذ تهدد حلبة الأهواء المفتوحة على كل الشبكات، بتجفيف ساحة وسائل الإعلام الصحفية المتعقلة، وتهدّدها بقدرتها على إدراك مُجمل ما يدور في المجتمع. حيث لم يعد لهذين المجالَين المتباعدَين التصور ذاته عن العالم.

الفصل الحادي عشر

حارب وأصلح

ومع ذلك فليس هناك أي لعنة، إذ إن نهاية العالم الرقمي لم تبدأ بعد.

يروي العصر قصة سيطرة المنصات المطلقة، من قبل كل من غوغل وفيسبوك على وجه الخصوص. فهو يحكي حالة جبروت لن نعرف حدوداً لا زمانية ولا مكانية. إذ سوف يصبح عمالقة الرقمي (غوغل، آبل، فيسبوك، أمازون، ومايكروسوفت) (GAFAM) قادرون، ولو عن غير قصد، على تغيير العمليات الانتخابية، وعلى تكوين إمبراطوريات اقتصادية جديدة مفلتة عن كل قواعد الحدود الوطنية، وأن يتخيّلوا أنفسهم بمثابة مجتمعات ذات سيادة، فيتحاورون بشكل نَدّي مع الدول، والأوطان، والمنظمات الدولية.

تضيف الأبحاث ما فوق الإنسانية، التي طوّرتها غوغل، بُعداً ميتافيزيقياً إلى هذه الفسيفساء من القوى التي أصبحت لا تقاوَم. يتولّى هذا البرنامج المصطبغ بالعلموية (مذهب يقول بالاكتفاء بالعلم في بحث مسائل الإنسانية الكبرى)، وبالفردية المتطرفة راي كرزفايل (Ray Kurzweil) ذو السبعين عاماً من العمر، مرشد روحي، وعضو كنيسة الوحدة الكونية في طفولته، والنابغة الذي يروي أنه اخترعَ أول

حاسوب له في سنّ الثانية عشرة من عمره. وتقوم جامعة الفرادة (Singularity University)(*) التي يقودها، في غوغل، والتي تستخدَم كمركز قيادة لأحلامه في خلق عالم جديد. يربط أنصار ما فوق الإنسانية (الراهنة) كلاً من التقنيات الرقمية، وتقنيات النانو، والبيولوجيا، والعلوم العصبية المعرفية (مجتمعة في تسمية NBIC) كي يبنوا «أدوات» تسمح لأولئك الذين يستخدمونها بالإفلات من حتميات الشرط الإنساني (المرض، والشيخوخة، والموت). وهنا يصبح كل فرد ممتلكاً كلياً لذاته، ويصبح بالتالي حرّاً أن «يطوّر» إمكاناته الجسمية وعمره من دون حدود من أي نوع كان، سوى الحدود العلمية. ذلك أن كلاً من المرض، والشيخوخة، وحتى الموت، تصبح حدوداً يمكن التغلُّب عليها، ومن ثم تجاوزها. ويحمل هذا الموضوع كل الهوامات، بدءاً من «استنساخ» الدماغ على قرص حاسوب صلب بما يتيح الخلود الافتراضي، ووصولاً إلى غرس شرائح نانو تغيِّر كلياً القدرات الذهنية والبيولوجية، ما يبدو أنه يعلن عن انتهاء النوع الإنساني الراهن.

وتستكمل الرواية ما فوق الإنسانية بالمخاوف المتولدة عن تطور الذكاء الاصطناعي (AI)، ونسخته المرتبطة بالآلات القادرة على التعلُّم الذاتي (من قبيل الروبوتات فائقة التطور التي تطوّر ذاتها

(*) فرادة (Singularity) هي نقطة افتراضية في المستقبل حيث يصبح النمو التقني مفلتاً من الضبط ولا رجوع عنه، يؤدي إلى تغيرات لا يمكن التنبؤ بمداها في الحضارة البشرية. وتضم عادة خماسية علوم الحاسوب، والهندسة الوراثية، والعلوم العصبية الدماغية، وتقنيات النانو، والروبوتات، متفاعلة فيما بينها.

وتستقلّ بقراراتها). يختبئ خلف هذا المصطلح المتخيَّل حقيقة مبتذلة، إذ تقصد الخوارزميات التي تتعلم إنجاز مهمة ما «من تلقاء ذاتها» بفضل التكرار اللامحدود لفعل معيَّن: من قبيل التعرّف إلى قط بعد عرض ملايين صور القطط، ومن دون الحاجة المسبقة لتحديد المعلمات (Paramètres) الخاصة بالقطط (التي تحدِّد المعالم المميزة للقطط). ما زالت هذه التطبيقات محدودة، إلّا أن أنصار ما فوق الإنسانية يعلنونها قائلين: سوف يأتي وقت تصبح فيه الحواسيب فائقة القوة والموصولة فيما بينها بشبكة متفوِّقة على الإنسانية، وتتولى بالتالي تنظيم حضارة جديدة قائمة على ذكاء الآلات. يطلق كرزفايل على هذه اللحظة تسمية «الفرادة»، ويعلن عن قدومها في العام 2045.

سوف يعمل كلا ما فوق الإنسانية والفرادة، من خلال الذكاء الاصطناعي، بمثابة المرايا المعكوسة للرؤية ذاتها: إذ حين يترك الرجال والنساء «المطوَّرون» البشرية، يتعين أن تحلَّ الآلات محلهم.

وكما تبيّنه مقالة بقلم هنري كسنجر، البالغ الخامسة والتسعين من العمر، منشورة في مجلة ذا أتلانتيك الأميركية، صيف 2018، لا تقتصر النبوءة على عمالقة سيليكون فالي الرواد. إذ ذكر هذا الأكاديمي والسياسي المخضرم بأن اختراع المطبعة أتاحَ العبور من عصر الأديان إلى عصر العقل، من خلال فلاسفة الأنوار. ولقد ولّى هذا العصر، إذ إن الرقمي والذكاء الاصطناعي هما بصدد إدخال الإنسانية في عصر جديد، لا يقوم هنري كسنجر بتعريفه ولكنه يسبغ عليه لوناً من التشاؤم الذي لا راد له. وهو يشكو قائلاً: «لقد اخترعنا

تقنية تتصف بالنزعة إلى السيطرة تبحث عن فلسفة لإرشادها»، وذلك قبل أن يعلن عن ثلاثة أخطار قاتلة لحضارة الأنوار: أولها الذكاءات الاصطناعية التي أصبحت مستقلّة ذاتياً، وتنخرط في أفعال ذات نتائج مضادّة للنتائج المتوقعة؛ ويتمثل ثانيها في تلك التي تفرض قيمها الذاتية في حساباتها، على النقيض من القِيَم الإنسانية (من قبيل المقارنة ما بين «القيمة الاقتصادية» لحياة بشرية ما مع القيمة المادية في حالة حدوث حادث لسيارة من دون سائق)؛ وأما ثالثها، أخيراً، فهي تلك التي تنتهي بتطوير أشكال من التفكير على مستوى من التعقيد لا قدرة للذكاء الإنساني على استيعابه. تذكّرنا هذه السيناريوهات الكارثية ببعض أفلام هوليوود، ويبدو أنها فائقة الدقة بحيث لا تخضع للاحتمال. ومن الممكن أن ينتهي بها الأمر (التقنيات الرقمية) باحتلال صلب هواجسنا المستقبلية. ومع أنها لا تشكّل حاضرنا، إلا أنها تستمرّ في تحويل مسارنا.

يشكّل الذكاء الاصطناعي حقاً ثورة اقتصادية كبرى، إلّا أنه لم يصبح بعد أداة نهاية الزمان. إنه يهدد الوظائف ذات الأعمال الروتينية المتكرِّرة، ويغيّر بالعُمق مجمل الأنشطة الصناعية من خلال المضاعفة الهائلة للقدرات الحسابية، ومقدار البيانات التي تتم معالجتها. وأما فيما يعنينا، فنحن في مجابهة يومية للذكاء الاصطناعي، وتبيّن لنا تجربتنا حدود هذه المجابهة. فكم من مرة تولّدَ لدينا الانطباع بأننا أسرى حلقات وضعية عبثية، بينما نحن في الحقيقة مقادون بالخوارزميات؟ وذلك إلى الحدّ الذي يوحي لنا بوضعيات مزاح تتّخذُ طابع التحديات. وهكذا نمى تيار من المستخدمين الذين يتلهون في إيقاع خوارزميات التعرُّف البصري على

الشبكات الاجتماعية في الخطأ كي يفضحوا غباءه وضرره، ويأسفون بالتالي لاستبعاد الأعمال الفنية الكبرى عن المنصات التي يرتادها مليارات الأشخاص. إذ تمَّ حظر صورة البيضتين المسلوقتين في حمالات البيض المسلوق المعدنية وعرضهما من خلال زاوية رؤية ملائمة، باعتبارها إباحية: إذ أعطاها الذكاء الاصطناعي أبعاد صورة إباحية تمثل ساقَين مفتوحتَين تظهران عضواً جنسياً أنثوياً في حين أن مواقع الإجابة الصوتية على الاستفسارات في غوغل، تتردد، وتخطئ، وتضلل، وغالباً ما تعطي الجواب «أنا آسف، لا يمكنني الإجابة عن سؤالك». وفي يناير من العام 2019 تَعَيَّنَ على سلسلة فنادق يابانية، فنادقها مدارة من قبل الروبوتات، الإغلاق لأنه اضطر العديد من البشر القيام بتصحيح أخطاء هذه الروبوتات.

لا تتماثل وتيرة تطور الخوارزميات بعد البتة مع الانسياق الحماسي المفلت من أي ضبط. إذ يتعين على الذكاء الاصطناعي، قبل أن يحل محل البشرية، أن ينجح في إجراء مهامّ معقدة، وتناول إشكاليات متعددة الأبعاد. ويبدو أن هذا المنظور ما زال بعيداً. أما فيما يتعلق بالإجابات على معضلات أخلاقية، فإنها نتاج إعدادات محدَّدة من قبل البشر، وبالتالي، فهي إذاً عبارة عن خيارات بشرية. ويتعلق السؤال المطروح في هذا المجال بتفويض الخيارات إلى الشركات التي تخلق حلول الذكاء الاصطناعي، والتي تملي أولوياتها الأخلاقية، أكثر ممّا يعود الأمر إلى الاستقلالية الأخلاقية للآلات. وبالمقابل، هناك مجال، لا يبالغ فيه في فاعلية الخوارزميات: أي قدرتها على الاستحواذ على انتباهنا والحفاظ عليه. إذ إن ذلك لا يتصف بالتعقيد الشديد، كما أن مردوده مباشر.

يحكم علينا قبول بديهية القوة المطلقة الراهنة للمنصات، والاعتراف لها بالقدرة على كتابة عالم مستقبلي متجاوز للبشر، بالبقاء في حالة من الجمود، كما يحجب المعركة التي يتعين خوضها. يلعب هذا المفهوم لعبة هذه المنصات. ويحرمنا من مجال حيوي: حيث تصبح الدولة محكومة بالعجز من قبل منظمات فوق وطنية، ومن دون حدود جغرافية تقف عندها، كما تحكم على الأفراد بالإدمان على الاستعباد الذاتي. كما أنها تحرمنا من الوقت للتصرف: إذ إن المستقبل قد كُتب، وأن كل شيء قد تمَّ وانتهى. وتحويل عمالقة الرقمي إلى غيلان جيل جديد يعني محضهم قوة معيارية (تحديد المعايير) على الاقتصادات، والمجتمعات، وعلى حياتنا ذاتها.

على أنه ليس لـ «الحالة الطبيعية» لهذه الإمبراطوريات الرقمية أن تصبح هي حالتنا الثقافية. إننا نعيش لحظة تأسيس نظام جديد تكشف حداثته غياب قواعده الضابطة. إنه عصر يذكّرنا ببدايات الرأسمالية الصناعية في أواخر القرن التاسع عشر، ويُترك بالتالي المجال مفتوحاً لإمكانية الإصلاحات، والتعديلات القانونية، والتكييف ووضع الضوابط للأنموذج.

وليس من الملزم أن يبقى اقتصاد الانتباه المفلت من الحدود والقيود هو الأنموذج الوحيد لتطوير المنصات. إذ إن هذه الشركات ما زالت حديثة السنّ، فهي تكبر وتتكيف دون أن يوضع لها حدود. ومن الممكن تغييرها، كما أنه من الممكن وضع الحدود للأنموذج الإعلاني المرتبط بالبيانات. وذلك دون أن نضع وجودها وتطورها موضع التساؤل.

كما أنه ليس من الملزم أن يقوم أنموذج المنصات الاقتصادي برسم مجمل المجتمع الرقمي قيد الإنشاء. ذلك أن الوزن الاقتصادي الخارج عن المعقول الذي وصلته احتكارات السيطرة على الانتباه الجديدة، وقدرتها على شفط مليارات البيانات من خلال إعادة محورة ذكائها حول إدماننا على الوقت المنقضي على الشاشة يشي بأن التعقب الفردي هو من المكونات الجوهرية للحضارة الرقمية. وللمفارقة، يُلقي هذا التحكم بالبيانات، تراكمات البيانات المنتشرة في مجالات الصحّة والأمن، على سبيل المثال، إلى الخلف، ولا يسمح بالتالي بإطلاق حوار دولي حول وضع هذه الاحتياطيات اللامتناهية من البيانات، حول الصحّة والأمن.

لا يعني الكفاح ضدّ سيطرة اقتصاد الانتباه الذي يغرقنا في الإدمان، رفض المجتمع الرقمي. وإنما هو على العكس إعادة موضعة المجتمع الرقمي ضمن مشروع يحمل المثل العليا، وإرساء منظور طويل المدى محل الكابوس الراهن. إنه استعادة الإمكانات الهائلة والمنمية لنوع من الرقمي الذي يتيح وصولاً كونياً إلى المعلومات، وإلى المعرفة والتعبير العام، وتنمية اقتصاد التشارك، وكذلك تجاوز الحدود المكانية والزمانية، وتحقيق الاختراقات على صعيد الصحّة، وإمكانية بناء شكل جديد من الديمقراطية القائمة على التعبئة والتعاون المقصود.

إنه تغيير، غير مأسوف عليه، لأخيولة ما فوق الإنسانية من أجل إنسانية رقمية جديدة.

يظل كل ذلك ممكناً. وهو لا يعني بالنسبة إليّ نفض اليد من القضية. ولا يشكل وضع حدّ لسيطرة اقتصاد الانتباه المتفلت من

القيود، بحدّ ذاته، إعادة تأسيس الأمل الرقمي وبناء أنموذج جديد. إنما هو يمثل مرحلة ضرورية ولا غنى عنها. إذ سنكون بصدد إنهاء العبودية قبل بناء الانطلاق الإنساني.

ويمرُّ تحريرنا بوصيتَين متكاملتَين: حارب وأصلح. وكل واحد يقدِّم إسهامه الشخصي. إلا أن العمل يكون جماعياً، ويتعين أن تأخذ هذه الموضوعات مكانها المستحقّ في المجال العام. المحاربة هي مشروع سياسي، بينما الإصلاح هو مشروع مجتمعي. إذ روَّجَ الرقمي ثقافة اللوائح بمثابة واحدة من تعبيراته السردية. وبمثابة خاتمة، يبدو الامتثال لثقافة اللوائح هذه أمراً منطقياً. إذ كل واحد يمكن أن يكون له لائحته، بغية الخروج من حضارة السمكة الحمراء. تقترح اللائحة المقدمة هنا أربع معارك، وأربع وصفات. وهي بسيطة بطبيعتها، ولا تشكل سوى ذكر المسارات الممكنة.

لائحة المعارك الأربع

محاربة الأفكار المغلوطة، كي لا ننخرط في المعارك السيئة.

إذ يغذِّي عمالقة الإنترنت أولى هذه الأفكار المغلوطة، الناتجة عن التوليف ما بين أيديولوجيا البدايات فائقة التحرر، والمصالح الاقتصادية الراهنة. حيث تفترض هذه الفكرة الأولى وجود آلية للضبط الذاتي بمثابة «يد خفية» لتصحيح الاختلالات الوظيفية الاجتماعية والاقتصادية المتولدة عن التطوز الرقمي. وحيث تتحدث صيغتها البراغماتية عن «الانضباط الذاتي». فالاعتقاد بأن شركة أعمال بإمكانها «وضع» الخير العام في خياراتها الاستراتيجية، بالحسبان، والقبول، دون أن تكون مرغمة على ذلك، بتقييد

مداخيلها بغية تحسين الصالح العام، لا يعدو كونه رهان يجافي العقل. وعلى العكس من ذلك، يبين التاريخ الحديث أن تهديداً منسقاً بفرض الضوابط على عمالقة الإنترنت بإمكانه أن يكون بذات فاعلية النصوص المفروضة.

كما أن التفاوض ممكن على الصُّعُد الوطنية، والأوروبية، وحتى العالمية. إذ تركز النقاشات حتى الآن على إعادة توزيع المداخيل. وذلك من خلال الضرائب، بالتأكيد، وإنما كذلك من خلال المدفوعات المباشرة في إطار احترام حقوق الملكية الفكرية. كما يمكن للضوابط أن تطال إعادة توزيع الوقت (بدل استئثار الشاشات بمعظمه). وهو أمر ليس ببعيد المنال، كما قد يتبادر إلى الذهن. إذ توجد أمثلة شبيهة بذلك «في الحياة الواقعية»: من قبيل كازينوهات لعب القمار التي تمنع دخول بعض الفئات ذات الدخل المتواضع، وتفرض حدّاً أدنى من العمر، هذا في المقام الأول. ومن ناحية ثانية، هناك مصلحة على المدى البعيد في مساعدة هذه البنى التي ما زالت حديثة، كي لا تدمِّر، على المديين المتوسط والبعيد، الصلات التي تقيمها مع مستخدميها. ذلك أن اعتمادها على الذين يستخدمونها، وكذلك حالات الكآبة والتعب تمثل أعراضاً، تضع موضع الإدانة أُسُس المنصات الاجتماعية ذاتها، بمقدار بروزها إلى العلن وشيوعها بين المعنيين. إذ يتمثل الحدّ من استقطاب الانتباه بواسطة خوارزميات «قرصنة العقول» وتوابعه من رسوم تمثيلية، في مقايضة خفض المردود المالي المباشر لقاء تزايد ديمومتها.

فرض تفاوض على معايير تطبيق خوارزميات استقطاب الانتباه، من خلال تركيز التدخل الجماعي على ما هو جوهري في المنصات، مع تجنُّب المبالغة في التأطير بغية الحفاظ على الحرية على الشبكات.

يتعين تفضيل ثلاثة مجالات على هذا الصعيد.

التركيز، في المقام الأول، على الخوارزميات التي تُحَدِّد إعداداتها بغية رفع الفاعلية الاقتصادية للرسائل، التي تمنح مكافأة مشاهدة للمحتويات التي تثير الغضب والانفعال. ولا تشكل الشفافية، المتعلقة بآلية عملها، سوى مرحلة أولى، حيث يتعين النظر في إمكانية الحدّ من مدى تطبيقها ومجاله.

ثم هناك واجهات المستخدم الرسومية (Graphisme) من قبيل التصميم المظلم (Dark design) التي يمكنها توليد سلوكات إدمان، مع أن هذه التفاعلات سوف تتغيّر من الآن حتى عام 2025 مع بروز أدوات أقل قابلية للرؤية على الهواتف الذكية. حيث يمكن أن يتقارب فرض صفة «سوية» أو أخلاقية في بناء التفاعلات من إجراء في مجال الصحة العامة.

وهناك أخيراً، حقل التطبيقات، ضمن هذه المنصات ذاتها، في مجال منطق الانتباه الإعلاني، والذي يشمل راهناً مجمل الصفحات والخدمات. إذ قد تطوّرَت وسائل الإعلام التقليدية من خلال الفصل القاطع بين ما يمتّ إلى الإعلان، وما يمتّ إلى الأخبار وسواها من عروض التحرير. وبالتوازي سَنَّت كل البلدان قواعد وقوانين بغية تأطير الرسائل الإعلانية (بمن فيها الولايات المتحدة منذ العام

1920، فيما يخص الإعلان الإذاعي، وذلك تحت تأثير ضغوط روابط المستهلكين).

•

التفكير في الإطار القانوني للمنصّات، وذلك من خلال الخروج عن النموذج الأميركي الذي يقول بانعدام المسؤولية التحريرية لمقدّمي الخدمات. ذلك أن تحديد مسؤولية ملائمة هي طريق طويلة، ومتعرجة، وصعبة، وأما تطبيقها على مجمل الخدمات، والمحتويات المعروضة فهو مسألة مستحيلة، ممّا لا شكّ فيه، إلّا أن هذا التطلع مطروح. ولقد بدأت المناقشات ولو أنها مبعثرة وتتّسم بالفوضى.

وعندما نتحدث عن الإعلام، فإن ممارسة المسؤولية القانونية يفرض مصداقية لا يمكن قيامها من دون تخصيص موارد مالية لذلك. يوجد في هذا المجال إطار جديد لتفاوض ممكن مع وسائل الإعلام ورؤساء تحريرها.

تطوير عروض رقمية لا تستجيب لاقتصاد الانتباه. ولا يمكن أن تقتصر هذه المبادرات على المشاريع الرئيسة المنادية بإنترنت مضادة مثل التي أعلنها تيم بيرنرز-لي، حيث تحظى أفكار طموحة بإقامة شبكات اجتماعية «عامة» بالدفاع عنها حتى في بعض الأوساط الجامعية الأميركية (من قبيل مختبر وسائل الإعلام المدنية، في مختبر وسائل الإعلام في معهد MIT، على سبيل المثال)، وتذكرنا بالمبادرات الأوروبية في مطلع القرن العشرين في موضوع وسائل الإعلام السمعية البصرية: وهكذا تمّ إنشاء محطة بي بي سي (BBC)

للإفلات من سيطرة المصالح الخاصة وسوق الإعلانات. إلا أنه بالإمكان تطوير أعمال أخرى أقلّ عظمة، وذات جدوى مماثلة مما لا شكّ فيه، من خلال تشجيع إنتاج خوارزميات الاكتشاف والإنماء. ويشكل تطوير ذكاء اصطناعي «إيكولوجي» (محابٍ للبيئة) مسار آخر نحو الإنترنت المضادة. من مثل مشروع صناعي وتقني طموح وواقعي لأوروبا، أقل إسرافاً في الوهم من «الغوغل الأوروبي» أو «الفيسبوك الأوروبي».

لوسائل الإعلام العامة دور أساسي تلعبه في هذا المجال. إذ طالما أنها ليست مموَّلة من مردودات الإعلان، وكونها أمينة على رسالتها ذات البُعد الكوني، بإمكانها ويجب عليها أن تحتل المنصات كي تحمل لها رسالة مختلفة، ومُدَقِّقَة لجهة صحّتها، ما يتيح «فترة استراحة» في حالات منطق الانتباه المحض. وبهذا فهي سوف تشكل عروضاً مضادة ضمن العروض العامة، وكذلك سلطة مضادة في مواجهة سلطة الشبكات. ومن ناحية ثانية، تشكل عروضها البديلة فرصة لبناء أدوات تقنية تقوم على مبدأ تشغيلي يذهب عكس اتجاه منطق اقتصاد الانتباه. أي بناء خوارزميات تعرض الانفتاح على أفكار أخرى، وحقول ثقافية أخرى، وأنماط أخرى من الروايات، وتكوين أدوات ضبط الوقت المصروف على عروض الناشئة والشباب، وكذلك عروض الراشدين، مع آليات تنبيه في حالة الإفراط في الاستهلاك. وكذلك تطوير واجهات مستخدم تريح أكثر ممّا تغري وتستنفر، واقتصار التنبيهات والإثارات على الحدّ الأدنى الضروري، ويضاف إليها عروض برامج تطلّبت استثماراً عالياً في الوقت لإنجازها (من قبيل الوثائقيات والأعمال الإبداعية)،

مع خفض الأصوات الصاخبة، ومنع آثار تسارع تحرك الصور وتبدلها، وهناك الكثير غيرها من الأعمال التي يمكن القيام بها في هذا المجال.

لائحة الوصفات الأربع

ترتسم أمامنا حكمة جديدة ونمط جديد من تعلم الحرية. على أن الشرخ الرقمي سيظل قائماً، بالتأكيد. إلا أن انعدام التكافؤ الآتي سيكون ذا طبيعة أخرى: إذ لن نكون بصدد الاتصال وإنما بصدد عدم الاتصال. ولن يكون الوصول إلى الموسيقى، وإنما إلى الصمت، وليس إلى المحادثة، وإنما إلى التأمّل، وليس إلى المعلومة المباشرة، وإنما إلى التفكير واسع المدى. وتتكاثر ندوات التخلُّص من الإدمان التقني. لقد تغيرت طبيعة الخلوات الروحية في دور العبادة: إذ كان يتعين الهروب من العالم للقاء الإله، بينما يتعين من الآن فصاعداً الهروب من المثيرات الإلكترونية بغية استعادة ذواتنا بكل بساطة؛ بمعنى أن ننقطع عن الشبكات، كي نتمكن أخيراً من الوجود في العالم من جديد. ولكن الرهان لا يتمثل في الاختفاء، أو في رفض إمكانات المجتمع الرقمي الخارقة للعادة. إذ يتعيّن علينا ببساطة، أن نفهم أن الحرية تمارَس من خلال السيطرة على الذات. وأن هذه السيطرة لا تتطلّب فرط التقشف، وإنما بكل بساطة الاعتدال. هذه كلها قواعد شخصية سهلة الوضع ولكنها صعبة التطبيق، وأنشطة وظيفية يصعب فرضها، ولكن يسهل استعمالها.

اللُّجوء إلى الملاذ. أعلنَ بول فاليري عن مستقبل يتعيّن فيه، كي يكون المرء حرّاً، بناء حواجز معزولة لا تدخلها الأمواج، وذلك للتعالي على تأثيرات الجمهرة الشعبية، والمستجدات، والسذاجة. أصبحت نبوءة هذا الكاتب ضرورة حضارية. إذ تندرج إقامة مناطق خارج الاتصال (التغطية) على غرار مناطق غير المدخّنين في مجال الصحّة العامة. يجب عزل المدارس، وأماكن المعرفة، والصلاة، والسجالات، والاجتماعات أي: أماكن التلقي، والاحتفال، والتبادل، تبعاً لثلاثية إيمانويل ليفيناس الشهيرة، من خلال قطع التبعية الرقمية. وهو ما فهمه جيّداً مقاولو السيليكون فالي، الذين يرسلون أولادهم إلى مؤسسات تعليمية خالية من التقنيات الرقمية (Tech free).

أتصوّر بسهولة عدداً كبيراً من الأماكن خارج الاتصال، حيث تشير لافتة بسيطة إلى أنه ليس بالإمكان جعل إغراءات الشبكة تقطع علينا ما نعيشه سوياً. إنها مجرد قاعدة في الآداب العامة، أو أن تعلم الأسرة ترك الآلة بعيداً قبل تناول وجبة الطعام، أو لحظات التشارك الاجتماعي. ففي نهاية المطاف، إن شاشة المحمول هي شاشة اللحظات الحميمة: ومن الطبيعي أن لا نفرضها على من يحيطون بنا. لقد أصبح حظر المحمول في المدرسة أمراً واقعاً. فجامعة ستانفورد التي احتضنت ولادة الرقمي، والمنصات، والمجتمع الموصول، تفرض، من الآن فصاعداً، غياب المحمول خلال الدروس، وهي بصدد فرض غياب الحواسيب بشكل متصاعد.

ويتمثل الرهان في أن نجعل الأمر ميسوراً على الصعيد التقني، حيث سيدمج، في هذه الحالة، في عمل الشبكات ذاتها، حتى لو

تعارض ذلك مع مصلحتها الاقتصادية المباشرة: لقد تعيّن على فيسبوك الاعتراف، في العام 2018، باستمراره في «شفط» بيانات المستخدمين حتى عندما لا يكون هؤلاء موصولين. إلّا أن تأثير المستخدمين يمكن أن يكون حاسماً، في هذا المجال.

الوقاية. ما ينطبق على المكان ينطبق هو ذاته على الزمن. سواء أتكلمنا عن إمكانية أخذ استراحة (Take a break) أو عن استرداد كياناتنا فإن الأمر يمرّ عبر قدرتنا على تحديد فترات من دون اتصال، ومن دون تفاعل اجتماعي رقمي، على وجه التحديد. ينطبق ذلك على فترات الليل، بالطبع، وكذلك على اللحظات الحميمة الشخصية، والعائلية أو مع الأصدقاء.

تحضرني ذكرى ملتقى مهني طلب خلاله من كل مشارك أن يضع هاتفه المحمول في سلة خارج قاعة الملتقى قبل الجلسة. لقد أصبح مشهداً مألوفاً، يعيشه آلاف الناس كل يوم، إلا أنه فترة «صعبة»: إذ حاول كل واحد، وأنا أولهم، أن يجد سبباً وجيهاً لكي لا يقوم بتسليم هاتفه. استعمال هكذا نوع من السلال، وإجراءات تمرّر فقط المخابرات الهاتفية، مع منع الاتصال،، يتعين أن يصبح من الأمور المألوفة مستقبلاً هل هو من باب الحُلم تصور أنماط بسيطة من تشغيل هذه الأجهزة، تُضاف إلى هواتفنا المحمولة، وتقترح، على غرار خاصية «وضع الطيران» نماذج من الشفاء من الإدمان، تتيح لنا أن لا نظل تحت وطأة الاستنفار للحظات؟

ليس من السذاجة في شيء تصور فترات أخذ فرصة لعدة أيام من دون اتصال اجتماعي على الشبكة. وكذلك ليس من قبيل الخرافة

التأكيد على حاجة الأطفال والمراهقين، أكثر من سواهم بما لا شكّ فيه، إلى هذا النوع من فترات الاستراحة.

يتعين بالتأكيد أن تحسم الشبكات الاجتماعية أمرها على إدماج القدرة على إمكانية «تركها» خلال بضعة أيام أو حتى عدة أسابيع، على واجهات المستخدم الخاصة بها. إذ يمكن أن تشجّع فترات الاستراحة هذه، والعطل من قبل واجهات المستخدم ذاتها، لمدة يومين في الأسبوع، أو شهرين في السنة، على سبيل المثال: «صباح الخير، يبدو لنا أنك كنت حاضراً بشدة على فيسبوك خلال الأيام الأخيرة. ماذا لو توقفنا عن التفاعل لمدة عدة أيام؟ هل أنت موافق؟ دعني أُخطِر أصدقاءك بذلك». وهو ما يتناقض بشدة مع ما يحدث حالياً عندما يُخَفِّض المستخدم مستوى استخدامه للمنصات، حتى ولو لفترة وجيزة. سيقصف عندها بالرسائل الداعية إلى التواصل (ما الذي يجري؟)، وكذلك بنداءات العودة إلى الانضباط (هل تعلم مقدار ما أنت بصدد تفويته عند أصدقائك؟)، ووصولاً إلى تهديدات محو تقني (أنت معرّض لخسارة تفضيلاتك)، هذا في حين أن البيانات الفردية يستمر تخزينها، واستعمالها، وتحديثها.

الشرح. يمكن للشبكات الاجتماعية، التي دخلت إلى المدارس، أن تخرج منها كي تستبدل بتَعَلُّم حسن استعمالها بحيث تتم الحماية الذاتية من آثارها الضارّة، ومن آليات الإدمان، وتعلم وسائل الحرب عليها، وعلى منطق التداول الواسع والسريع للرسائل وسواها بين المستخدمين. يتيح عرض المدى المستمرّ بين ما يمرّ على الشبكة، وما يحدث على ما يمكن تسميته «الحياة الواقعية»،

نهم أن ما يبدو افتراضياً (من قبيل المزاح، أو التنمّر، إلخ. .) لن يدوم طويلاً.

إبطاء الوتيرة. تتيح استعادة امتلاك الوقت، ولحظات الصمت من دون انقطاع، ومن دون مثيرات إلكترونية، بدء إطلاق حلقة تتسم بالفضيلة. إذ إن مبادرات من قبيل SOL (Si on lisait: وماذا لو قرأنا)، التي تشجّع على نصف ساعة يومية من القراءة الإلزامية في المدرسة، تقوم بمهمة الخروج من طبيعتها التجريبية، كي تتحول إلى أدوات جماعية. ينبني نموذج مجتمعنا بالتوجه نحو التسارع، ولذلك فكل إجراء لإبطاء الوتيرة، وفي أي مجال كان، سواء في المعلومات، ووسائل الإعلام، والمحادثات، على الشبكة أو على ما عداها، وحتى إبطاء وتيرة الاستهلاك ذاته، تشكّل كلها أدوات مقاومة لتيار التسارع. وهو في الآن عينه إجراء تحرري.

ميونيخ، 2019

لم ينتظر المستمعون سواها.

على المنصة، لا تبدو على المرأة معالم الثقة بالنفس. ومع ذلك، كل شيء فيها يترجم التمكن المهني الخارج عن المألوف لرئيسة إحدى الشركات الأقوى عالمياً. توجد خلفها شاشة. وعلى هذه الشاشة الواسعة تظهر خلفية برتقالية كما أنها سمكة حمراء. ويظهر سؤال وحيد بالإنجليزية على هذه الشاشة: «أي إنترنت نريد؟»، إضافة إلى اسَمين اثنَين، اسمها شيريل ساندبرغ واسم فيسبوك.

نحن الآن في شهر يناير 2019، ولقد أتت المديرة العامة

للشركة الأكثر تعرضاً للنقد في العالم، إلى أوروبا للإدلاء بتصريحات تذهب «في الاتجاه الصحيح» تبعاً للمصلح المعتمَد. إنها تحس بالريبة الموجودة لدى المشاهدين الذين كانوا، قبل أشهر فقط، على استعداد أن يوقّعوا بشكل أعمى عقد عمل في شركتها. وقبلها مباشرة تحدثت محاضِرة عن الثقة من خلال صيغة ماكرة قائلة: إذا كانت النقود هي عملة التبادلات التجارية، فإن الثقة هي عملة التفاعلات. وعندما تنهار الثقة ينتهي الأمر بالتفاعلات دوماً إلى الزوال. فكّرَ الجميع في تلك اللحظة بفيسبوك وشيريل ساندبرغ. وعندما صعدت هذه الأخيرة إلى المنصة، اعترفت بالسنة الصعبة، وتراكُم الأخطاء، «إنها فترة التفكير والتعلم من التجارب»، وبمساعدة الحكومات، من كان ليصدق ذلك؟ يبدو أن عملاق بالو ألتو قد ركع استغفاراً معلناً مهرجاناً من الإجراءات: استثمار مليارات الدولارات في تأمين سلامة البيانات؛ وجهود مشتركة مع الحكومتَين الألمانية والفرنسية للحيلولة دون ظهور التزوير المعلوماتي القادم من الخارج؛ وإغلاق الحسابات المزوَّرة؛ وإعطاء كل فرد حقّ الوصول إلى بياناته الخاصة؛ وممارسة الشفافية فيما يتعلق بالمعلنين الدعائيين. وهي إجراءات بإمكانها طمأنة الحكومات بصدد إجراء دورات الانتخابات مستقبلاً.

أما النموذج الاقتصادي فتمَّ اختصاره في ثلاث جُمل وإجابتَين تسويفيتَين. يشدد فيسبوك التأكيد على «استثماره الأكبر في حماية البيانات الشخصية»، وعلى إرادته على عدم تسريبها إلى الغير بسهولة، كما يؤكد كذلك على أمله في إمكانية متابعة عروض إعلانات تستهدف شرائح معيّنة بغية «تنمية الأعمال والسماح

للشركات الصغيرة الوصول إلى علم الجمهور»، وكذلك «اقتراح إعلانات للمستخدمين يمكن أن تهمهم». فيسبوك على استعداد إذاً للتغيير، إنما ليس فيما يخصّ نموذجه الاقتصادي.

تلخّصُ ساندبرغ ذلك في الصيغة التالية: «لقد تمَّ تحريف عمل أدواتنا من قبل قلة قليلة بغية خداع العدد الأكبر من المستخدمين». وهي، في المحصّلة، فكرة جدّ أميركية لجهة ثقافتها، أي أن السوء يأتي من الآخرين الذين يفسدون أنموذجنا، وليس من عندنا. ترمي كل الإجراءات المتخذة إلى إعادة جعل فيسبوك قلعة حصينة من خلال منع اللاعبين السيّئين (Bad actors) من الولوج إليها. وإذا كان ذلك ممكناً، وحتى لو كانت هكذا إجراءات ضرورية، فإنها لن تكون كافية البتة.

تتمثل الفكرة التي يدافع عنها هذا الكتاب بالتالي: إن الإدمان الذي ينمو ويتطور، وآثار الفقاعات المعلوماتية، وكذلك كل من الاختلال، ونشر الأخبار الكاذبة والمضادة للواقع هي أيضاً وممّا لا شكّ فيه من النتاج الأصيل لأنموذج المنصات الاقتصادي. وهذا الأنموذج قابل للتعديل والتحسين. ولكن يتعين القيام بذلك، وبكل سرعة.

هناك مسلك ممكن ما بين غابة الإنترنت المطلقة والمتحررة من كل قيد، وعالم السجن الذي تشكله الشبكات المُراقَبة. يتمثل هذا المسلك الممكن في الحياة وسط المجتمع. إلّا أنه لا يمكننا أن نترك لهذه المنصات مهمة تنظيم هذا الأمر وحدها، فيما لو رغبنا أن لا تُمْلأ ببشر ذوي نظرات مأخوذة، ولم تعد تعرف أن تنظر إلى الأعلى، لأنها أسيرة الشاشات.

إضافة ملحقة

تبعاً للرابطة الفرنسية للسمكة الحمراء (وهي موجودة فعلياً)، فإن السمكة الحمراء مخلوقة كي تعيش «في سرب»، من عشرين إلى ثلاثين سنة، ويمكن أن يبلغ طولها عشرين سنتيمتراً. إلّا أن الإناء الزجاجي قد سبّب تراجع النوع، وسرّع وتيرة وفاته، ودمّر حياته الاجتماعية.

شكر وعرفان

يعالج هذا العمل التحول التدريجي للمشروع الرقمي كما تسنى لي ملاحظته منذ العام 1999. ولم يكن هذا العمل ليرى النور لو لم يكن مستلهَماً من عشرين سنة من العمل، واللِّقاءات، والمحادثات، مع أولئك الفاعلين في هذا المجال، أي: وسائل الإعلام الرقمية، وتحرير الصحف، والشبكات الاجتماعية، والمنصات، ومراكز الأبحاث، وخزانات التفكير، والجامعات، وسلطات الضبط والتنظيم. إنهم من الكثرة عددياً بحيث يستحيل عليّ تسميتهم في هذا المقام. لهم مني جميعاً، ومن دون استثناء كل عرفان وتقدير.

يعاني أقاربي من إدماني الرقمي، وآمل أن يجدوا في الصفحات السابقة بداية تفسير لذلك. وهم في أغلب الأحيان أكثر تعقُّلاً مني، على غرار ابنتي البكر، التي كانت أوّل من حذرني من أخطار فيسبوك قبل سنوات خلت، وكذلك ابنتي الصغرى التي تتمكن بسهولة من قضاء عدة أيام من دون هاتفها الذكي. الشكر، إذاً، لكل أقاربي على صبرهم وعاطفتهم.

ولدت فكرة هذا الكتاب من محاضرة قدمتها، في بوينس آيرس (عاصمة الأرجنتين)، لهيئة «ليل الفلسفة» بدعوة من يان لورفو. ولقد أجاز لي بلقاسم بهلولي استعمال بعض المقاطع من الوقائع المكتوبة

لمجلة رولينغ ستون (*Rolling Stone*). ولقد غذت الدراسةُ التي أحسن إعدادها بطلب من لوران بيغورني من معهد مونتاني وبالتعاون مع دومينيك كاردون في مختبر وسائل الإعلام في العلوم السياسية، وإيثان زوكرمان من مختبر وسائل الإعلام المدنية في معهد MIT، الفصلَ حول الإعلام. فلهم جميعاً الشكر.

أنا على قناعة تامة بعالم رقمي ذي نوعية، وبالتشارك في المعلومات، والمعرفة والثقافة، بما فيها على المنصات الاجتماعية الكبرى. ولقد كان من حسن حظي أن أعمل على كل ذلك مع زملائي في محطة ARTE التلفزيونية، وفي مدرسة الصحافة في كلية العلوم السياسية، وهم كل من فيرونيك كايلا وفريدريك ميون. ولقد كانت مساعدة مارتينا كوبيلز ثمينة كالعادة، كما كانت كذلك القراءتان المتأنّيتان من قبل كل من بوريس رازون ويان شابللون.

والشكر الجزيل، أخيراً وعلى الأخصّ، لكريستوف باتاي الناشر والصديق وإلى أوليفييه نورا وكل فريق دار نشر غراسيه الذين شرفوني بثقتهم.

ثبت المراجع

كتب

Albert-Laszlo Barabasi, *Linked, How Everything Is Connected to Everything Else and What I Means for Business, Science, and Everyday Life*, Basic Books, New York, 2014.

Yochai Benkler, Robert Faris & Hall Roberts, *Network Propaganda, Manipulation, Disinformation, and Radicalization in American Politics*, Oxford University Press, Oxford, 2018.

Danial J. Boorstin, *The Image, A Guide to Pseudo-Events in America*, Vintage Books, New York, 1992.

A. Brad Schwartz, *Broadcast Hysteria, Orson Welles's War of the Worlds and the Art of Fake News*, Hill and Wang, New York, 2016.

Franklin Foer, *World Without Mind, The Existential Threat of Big Tech*, Penguin Press, New York, 2017.

Brooke Gladstone, co-animatrice de WNYC's On the Media, *The Trouble with Reality, A Rumination on Moral Panic in Our Time*, Workman Publishing Company, 2017.

Michiko Kakutani, *The Death of Truth, Notes on Falsehood in the Age of Trump*, Tim Duggan Books, New York, 2018.

Kevin Kelly, *The Inevitable, Understanding the 12 Technological Forces that will Shape our Future*, Viking, New York, 2016.

Ian Leslie, *Curious, The Desire to Know and Why your Future Depends on It*, Basic Books, New York, 2015.

Max McCombs, R. Lance Holbert, Spiro Kiousis, Wayne Wanta, *The News and Public Opinion, Media Effects on Civic Life*, Polity Press, Cambridge UK, 2011.

Eli Pariser, *The Filter Bubble, What the Internet Is Hiding from You*, Viking, Londres, 2011.

John Perry Barlow with Robert Greenfield, *Mother American Night, My Life in Crazy Times*, Crown Archetype, New York, 2018.

Neil Postman, *Amusing Ourselves to Death, Public Discourse in the Age of Show Business*, Penguin Books, New York, 2005.

Hartmut Rosa, *Accélération, Une critique sociale du temps*, La Découverte, Paris, 2010.

Howard Rosenberg & Charles S. Feldman, *No Time to Think, The Menace of Media Speed and the 24-hour News Cycle*, Continuum, New York, 2009.

Éric Sadin, *L'Intelligence artificielle ou l'enjeu du siècle*, L'èchappée, Paris, 2018.

Timothy Snyder, *The Road to Unfreedom*, Tim Duggan Books, New York, 2018.

Paul Starr, *The Creation of the Media, Political Origins of Modern Communication*, Basic Books, New York, 2004.

Bernard Stiegler, *Dans la disruption, comment ne pas devenir fou ?*, Les Liens qui Libèrent, Paris, 2016.

Venkat Venkatraman, *The Digital Matric, New Rules for Business Transformation Through Technology*, LifeTree Media Book, 2017.

Tim Wu, *The Attention Merchants, The Epic Scramble to Get Inside Our Heads*, Alfred A. Knopf, New York, 2016.

مقالات

« Do teens use Facebook ? It depends on their family's income », Hanna Kozlowska, août 2018, https://qz.com/1355827/do-teens-use-facebook-it-depends-on-their-familys-income/

« Wtf is wrong with this dude ? What is he looking at ? The world ? » @cap0w, février 2014, pic. twitter.com/ ITpCF5Y5QW

« The Tech Industry's War on Kids », Richard Freed, mars 2018, https://medium.com/@ richardnfreed/the-tech-industrys-psychological-war-on-kids-c452870464ce

« Exlusive Tim Berners-Lee tell us his radical new plan to upend the World Wide Web », septembre 2018, https:// www.fastcompany. com/90243936/exclusive-tim-berners-lee-tells-us-his-radical-new-plan-to-upend-the-world-wide-web

« "I was devasted" : Tim Berners-Lee, The man who created the World Wide Web, has some regrets », Katrina Brooker, juillet 2018, Vanity Fair

« A Wise Man Leaves Facebook », Kara Swisher, 27 septembre 2018, The New York Times

« Pour une technologie "plus humaine", les repentis de la Silicon Valley s'organisent », Phane Montet, février 2018, https://usbeketrica.com/article/les-repentis-de-la-silicon-valley-s-organisent

« Intelligence artificielle "De plus en plus de spectres vont administrer nos vies" », Éric Sadin, octobre 2018, https:// www.liberation.fr/ futurs/2018/10/22/intelligence-artificielle-de-plus-en-plus-de-spectres-vont-administrer-nos-vies_1687106

« Le Président en son labyrinthe algorithmique », Éric Salmon, mai 2018, https://www.mediapart.fr/ journal/france/060518/ le-president-en-son-laby-rinthe-algorithmique?onglet=full

« Decoding the Social Algorithms. A guide for communicators », Ste Davies23, https://www.steda-vies.com/social-media-algorithms-guide/

« The Netflix Binge Factory », Josef Adalian, juin 2018, https:// www.vulture.com/2018/06/ how-netflix-swallowed-tv-industry.html

« The Attention Merchants review how the Web is being debased for profit », Ben Tarnoff, décembre 2016, https:// www.theguardian.com/ books/2016/dec/26/the-attention-merchants-tim-wu-review

« L'attention, le nouveau graal du marketeur », Pierre-Antoine Allain, février 2016, Harvard Business Review

« When do TV Shows Peak ? », Ben Lindbergh & Rob Arthur, juillet 2018, https://www.theringer.com/ tv/2018/7/31/ 17628494/when-do-tv-shows-peak

« The death of Don Draper », Ian Leslie, juillet 2018, https:// www.newstatesman.com/science-tech/ internet/2018/07/ death-don-draper

« Facebook creates Orwellian headache as news is labelled politics », Emily Bell, juin 2018, https:// www.theguardian.com/media/ media-blog/2018/jun/24/facebook-journalism-publishers

« Facebook CEO Mark Zuckerberg on Recode Decode », Kara Swisher, juillet 2018, https:// www.recode.net/2018/7/18/ 17575158/mark-zuckerberg-facebook-interview-full-transcript-kara-swisher

« Targeted Advertising is Ruining the Internet and Breaking the World », Dr. Nathalie Maréchal, novembre 2018, https:// motherboard.vice.com/ en_us/article/xwjden/targeted-adver-

tising-is-ruining-the-internet-and-breaking-the-world

« This is How Amazon Loses », John Battelle, octobre 2018, https://shift.newco.co/2018/10/10/ this-is-how-amazon-loses/

« How social media took us from Tahrir Square to Donald Trump », Zeynep Tufekci, août 2018, https:// www.technologyreview.com/s/611806/ how-social-media-took-us-from-tahrir-square-to-donald-trump/

« Attention is not a resource but a way of being alive to the world », Dan Nixon, décembre 2018, https://aeon.co/ideas/ attention-is-not-a-resource-but-a-way-of-being-alive-to-the-world

« Pour le moment, l'intelligence artificielle produit surtout de la bêtise artificielle », Bernard Stiegler, propos recueillis par Marine Jeannin, février 2018, https://www.nouveau-magazine-litteraire.com/idees/intelligence-artificielle-bernard-stiegler-humain-nouvelles-technologies

« The Fake-News Fallacy », Adrian Chen, août 2017, https:// www.newyorker.com/maga-zine/2017/09/04/the-fake-news-fallacy

« How Much of the Internet is Fake ? Turns Out, a Lot of It, Actually », Max Read, décembre 2018, http://nymag.com/ intelligencer/2018/12/ how-much-of-the-internet-is-fake.html

« Derrière le "Q" brandi par les supporters de Trump, une théorie complotiste », Gregor Brandy, août 2018, http:// www.slate.fr/story/165548/ qanon-theorie-complotisme-4chan-trump

« The universe of people trying to deceive journalists keeps expanding, and newsrooms aren't ready », Heather Bryant, juillet 2018, http:// www.niemanlab.org/2018/07/the-universe-of-people-trying-to-deceive-journalists-keeps-expanding-and-newsrooms-arent-ready

« 54 newsrooms, 9 countries, and 9 core ideas : Here's what two

researchers found in a yearlong quest for journalism innovation », Per Westergaard & Soren Schultz Jorgensen, juillet 2018, http:// www.niemanlab.org/2018/07/54-news-rooms-9-countries-and-9-core-ideas-heres-what-two-re-searchers-found-in-a-yearlong-quest-for-journalism-innova-tion/

« News you don't believe » Audience perspectives on Fake News, Rasmus Kleis Nielsen & Lucas Graves, octobre 2017, https://reutersinstitute. politics.ox.ac.uk/our-research/news-you-dont-believe-audience-perspectives-fake-news

« A guide to anti-misinformation actions around the world », Daniel Funke, janvier 2019, https://www. poynter.org/fact-checking/2019/a-guide-to-anti-misinformation-actions-arou-nd-the-world/

« Four problems for news and democracy », Ethan Zuckerman, avril 2018, https://medium.com/trust-media-and-democracy/ we-know-the-news-is-in-crisis-5d1c4fbf7691

« Don't blame the election on fake news. Blame it on the media », Duncan J. Watts & David M. Rothschild, décembre 2017, https://www. cjr.org/analysis/fake-news-media-elec-tion-trump.php

« News is bad for you and giving up reading it will make you happier », Rolf Dobelli, avril 2013, https:// www.theguardian.com/media/2013/ apr/12/news-is-bad-rolf-dobelli

« When algorithms go wrong we need more power to fight back, say AI researchers », James Vincent, décembre 2018, https:// www.theverge. com/2018/12/8/18131745/ai-now-algorith-mic-accountability-2018-report-facebook-microsoft-google

« How the Enlightenment Ends », Henry A. Kissinger, mai 2018, https://www.theatlantic.com/maga-zine/archive/2018/ 06/henry-kissinger-ai-could-mean-the-end-of-human-his-tory/559124/

« This is how we radicalized the world », Ryan Broderick, octobre 2018, https://www.buzzfeednews.com/ article/ryan-hatesthis/brazil-jair-bolsonaro-facebook-elections

« Examining Henry Kissinger's Uninformed Comments on AI », Julia Gong, septembre 2018, https://www.skynettoday.com/ briefs/ kissinger-ai

وثائق

« Dopamine », documentaire de Léo Favier, Arte

« Génération écran Génération malade ? », documentaire d'Elena Sender et Raphaël Hitier, Arte

مراجع على الإنترنت

تأتي هذه المراجع من الدراسات التالية:

Monthly active users of select social platforms, juin 2018, https://www.businessinsider.fr/us/instagram-va-luation-facebook-industry-dominance-charts-2018-6

Smartphone Addiction Tightens Its Global Grip, mai 2017,

https://www.statista.com/chart/9539/smartphone-addiction-tightens-its-global-grip/

« 14 Things You'll Want to Know About the future of Media », novembre 2017, https://www.businessin-sider.fr/us/henry-blodget-14-things-youll-want-to-know-about-the-future-of-media-ignition-2017-2017-11

« What happens in an Internet Minute ? », mai 2018, https://www.visualcapitalist.com/internet-mi-nute-2018/

برونو باتينو

حضارة السمكة الحمراء

كيف تبدو أربع وعشرون ساعة من حياتنا في مجتمعنا الرقمي؟

جحيم تشتت الانتباه: مئات الرسائل، والتغريدات، والأخبار، والإشاعات، والصور، والفيديوهات والتنبيهات والمحفزات...

الأجهزة الرقمية تنادينا، تخطفنا، تتملّكنا، تأخذنا رهائن، وتحوّلنا إلى سجناء للشاشة على مدى ساعات اليوم.

لقد أصبحنا أسماكاً حمراء، تلك الكائنات الغبية التي تدور من دون توقف في إنائها الزجاجي، مفرغين من كياننا، عاجزين عن الانتظار والتركيز، مكشوفين، غارقين في محيط مواقع التواصل الاجتماعي والإنترنت، وخاضعين لسيطرة الخوارزميات والروبوتات.

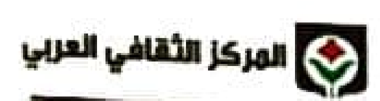
لقد خلقت الإمبراطوريات الاقتصادية عبودية من نوع جديد، بإصرار لا يلين. ويكمن، في قلب هذه المنظومة الرقمية، وفي قلب حياتنا اليومية، مشروع خفي: إنه اقتصاد الانتباه المرتكز على زيادة إنتاجية وقت المشاهدة بغية استخراج المزيد من القيمة الربحية.

فلنخرج من إنائنا الزجاجي ولنقل لا لهذا الإدمان الجديد ولمراقبة عقولنا من قبل الشركات العالمية الكبرى، ولنتعلّم كيف نتصدّى لها.

ولنسترد السيطرة على حياتنا، وعلى وقتنا، وعلى حريتنا.

ولنقرأ هذا الكتاب القيّم في نسخته الورقية، من دون هاتف ذكي في متناول اليد!


ISBN 978-9953-68-971-5


المركز الثقافي العربي

الدار البيضاء: ص.ب 4006 (سيدنا)
بيروت: ص.ب 113/5158
markaz.casablanca@gmail.com
cca_casa_bey@yahoo.com